El Libro Maestro de los Guiones de Venta

Por Alejandro Pagliari

ÍNDICE

CÓMO USAR ESTE LIBRO

El propósito de este libro es ayudarte a vender de forma más profesional, convincente y efectiva; para que puedas cerrar más ventas y — por lo tanto — para que tú y tu empresa hagan más dinero.

Aún los mejores vendedores son inconsistentes. Cada uno de nosotros tiene buenos días y malos días. A veces no podemos acordarnos de nuestras mejores frases y respuestas, o las más convincentes. Este libro te ayudará a actuar mejor y más consistentemente todos los días.

Dado que cada uno de nosotros es único como individuo, cada uno tiene un estilo único de vender. **Este libro presenta los "mejores" de diferentes estilos de venta**, desde el enfoque amigable y gentil al — en cierta forma más fuerte — enfoque profesional. No tienen que gustarte todos ellos y ciertamente no tienes que usar todas las frases de este libro. Mientras tengas varias maneras poderosas y efectivas de manejar cada objeción o desafío que puedas encontrar, *le ganarás por lejos a la competencia y a otros vendedores.*

> Este es tu libro. Imprímelo (si es posible en papel rojo.) Márcalo. Agrega nuevas frases y guiones a medida que se te ocurran. ¡Si no los escribes los perderás! Pon asteriscos junto a tus formas favoritas de manejar objeciones difíciles.

Date la oportunidad de usar palabras y frases diferentes. Prueba nuevos estilos de venta. Esto te dará mayor flexibilidad en manejar tipos diferentes de clientes y prospectos. No te encierres en una caja. Date la oportunidad de aprender y crecer. Te sorprenderás ante cómo elegir las palabras o las frases correctas puede ser la diferencia entre "casi una venta" y el éxito de la venta consumada.

Este libro no explica ninguna teoría sobre ventas. Ya has leído suficientes libros sobre el arte de vender, y puedes comprar más en la librería. Este libro no tiene grasa. Este es un libro de frases inmediatamente útiles, guiones y respuestas. Es un libro que captura la esencia de los Súper Vendedores de hoy.

Estudia este libro. Familiarízate con las diferentes formas de manejar objeciones mientras puedes. *Aprende* a cómo traer a la memoria las formas más poderosas y efectivas de manejar cualquier objeción instantáneamente.

Anuncia tu mensaje de venta con gran sinceridad y sentimiento. Nunca digas nada en lo que no creas un 100%. Recuerda que tendemos a confiar en gente como nosotros. Nos GUSTA la gente como nosotros. Por lo tanto, habla como tus clientes y prospectos. Aumenta un poco la

velocidad de tu forma de hablar con los que hablan rápido. Reduce tu velocidad con los que hablan despacio. Acompasa apropiadamente el volumen del habla de tu prospecto. Una voz fuerte, energética, no causará una buena impresión a las personas que hablan suavemente.

Recuerda, no son solo las palabras, sino también cómo son dichas, lo que hacen a una presentación de ventas completamente efectiva y a otra no convincente. Utiliza estos guiones del modo que los grandes actores los utilizan. Haz que el guión desaparezca en la forma en que lo dices, del modo que un gran actor hace desaparecer al libreto.

¿Por qué deberías usar este libro de guiones? ¿Cuáles son los beneficios para ti?

- Cerrarás más ventas y ganarás más dinero.
- Evitarás desgastarte.
- Serás más flexible y podrás manejar cualquier tipo de prospecto.
- Estos son guiones probados tomados de vendedores altamente exitosos.
- Podrás manejar cualquier objeción sin miedo.
- Tendrás más energía al vender y más energía al final del día.
- Podrás hacer más llamadas.
- Cada llamada será más corta y más concisa.
- No tendrás que trabarte o tartamudear tratando de encontrar qué decir.
- Sonarás sincero y profesional.
- Serás más organizado.
- Si eres nuevo en el mundo de las ventas, tu entrenamiento llevará menos tiempo y menos esfuerzo.
- Tus poderes persuasivos en todas las áreas de tu vida se acumularán.
- Estudios muestran que virtualmente todos los Súper Vendedores usan guiones. ¡Úneteles!
- Te divertirás más al vender.

Usa este libro. Agrégale cosas. Mejóralo. Márcalo. Hazte su amigo. Recuerda que a pesar de ser tu libro, no es para fotocopiarlo o reproducirlo de ningún modo. Sabe dónde está tu libro todo el tiempo. No quieres que tu competencia ponga sus manos en tus más poderosos enfoques de ventas.

Este libro aumentará tu auto confianza. Úsalo para alcanzar excelencia en todas las áreas de tu vida. Estos guiones han ayudado a mis clientes a generar millones de dólares en nuevas ventas en un periodo corto de tiempo. Si los usas, podrán funcionar para ti también.

“El Precio Es Muy Alto...”

1. ¿Lo cual significa...?

2. ¿Cuánto pensaste que costaría?

3. Estoy seguro que sabes que nuestros productos son de la más alta calidad que puedas encontrar, lo cual significa que cuando consideras su vida útil, terminas pagando mucho menos por ellos. *¿No te parece que esta es una ventaja digna de tomar en cuenta al considerar tu decisión?*

4. Es caro comparado con lo que cobran algunas empresas. Sin embargo, vendemos más de 950 unidades al mes.
   ¿Por qué crees que pasa esto? *¿Piensas que estos 950 empresarios comprarían nuestros productos si no estuvieran absolutamente seguros de la calidad superior que reciben?*

5. **Cuesta tan solo 29 centavos por hora de funcionamiento.** Que es menos de lo que cuesta una lata de refresco. Cuando lo ves de esta forma, estoy seguro que puedes darte cuenta que esta es una pequeña inversión comparado con lo que recibes, ¿no es verdad?

6. Nuestros precios son caros, comparado con lo que otras empresas en la industria están cobrando. Pero, estoy convencido de que aún así, este producto no cuesta lo suficiente para lo que hace. De hecho, estamos esperando una suba de precios en cualquier momento. ¿Por qué no comprar ahora y obtener alta calidad al precio de hoy?

7. **Me alegra que hayas mencionado el precio.** Esa es realmente la mejor parte de comprar nuestros productos. Traduciremos el precio de compra a pequeñas entregas, de modo que tu precio real por mes, será más bajo con nosotros que casi con cualquier otra empresa. ¿Qué te parece entonces si ordenamos tu producto ahora mismo?

8. **¿Alguna vez has pensado en el precio que se paga cuando no se tienen productos de alta calidad?** El precio de las averías y desperfectos, el costo del tiempo perdido y la frustración, todos los llamados telefónicos extras, los dolores de cabeza, y el costo de las reparaciones... Como puedes ver, los productos de alta calidad te ahorran dinero a mediano y largo plazo. *¿Por qué no comprar hoy y dormir tranquilo sabiendo que tienes lo mejor?*

9. ¿De verdad sientes que nuestro precio es muy caro? ¿Me lo podrías explicar?

10. No te dejes engañar por el precio que ves ahora. **En verdad pagas menos, porque te damos más.** Más servicio, más calidad, más experiencia, más seguridad. *¿No es esto lo que en realidad estás buscando en un producto de este tipo?*

11. **La dulzura de un precio bajo se olvida rápidamente... cuando tienes que lidiar día tras día con la amargura de la baja calidad.**

12. Podemos rebajar el precio ahora mismo, pero tienes que decidir qué opciones sacar de nuestra propuesta. ¿Te parece bien?

13. Puede que me meta en problemas por decir esto, pero sé una buena forma de ahorrarte unos dólares. ¿Qué tal si reduzco la comisión que obtengo de esta venta y te rebajo el precio? *¿Te dejaría contento y cerraríamos el trato hoy?*

14. **Es verdad — no somos los más baratos.** Sin embargo, nuestras ventas son por encima de los 11 millones de dólares al año a estos mismos precios. Y como sabes, no podríamos hacer eso si nuestros clientes no estuvieran convencidos de que este es el mejor producto que pueden comprar. *¿No te gustaría unirte al grupo de nuestros selectos y satisfechos clientes?*

15. ¿Te pagan solo para comprar los productos más baratos? ¿A tu jefe no le interesa que tu dinero compre más? ¿Qué te parece si hablamos de los beneficios que recibirás con nuestro producto?

16. ¿Nuestro precio es demasiado caro? **Muy rara vez he escuchado esto.** *¿Qué quieres decir específicamente?*

17. ¿Qué tipo de coche manejas? Aaah, ese es un coche excelente. Eres obviamente una persona que aprecia la calidad. Realmente no entiendo por qué estás tratando de ahorrar unos pocos dólares ahora...

18. ¿En qué barrio vives? Es una zona hermosa y muy exclusiva. Eres obviamente una persona que aprecia las mejores cosas de la vida. ¿Por qué entonces tratas ahora de negarte la mejor calidad? ¿Te parece que tiene sentido?

19. **¿Qué tan caro es muy caro?** ¿Te das cuenta que si lo usas por los próximos 3 años, y la mayoría de nuestros clientes lo hace, la diferencia son solo 5 centavos por día? ¿No piensas que tener el mejor producto vale 5 centavos por día?

20. Si fuera más barato... ¿lo querrías? ¡Bien! Entonces lo que me estás diciendo ¡es que si lo quieres! Veamos entonces cómo puedes pagarlo cómodamente.

21. **¿Por qué crees que el producto de nuestros competidores es más barato?** ¿En que parte del proceso de fabricación te parece que ahorraron? ¿Usaron materiales más baratos? ¿Mano de obra no especializada? ¿En el control de calidad? ¿Para qué preocuparte? ¿Por qué no comprar el mejor producto y dormir tranquilo todas las noches?

22. ____
____
____
____

23. ____
____
____
____

24. ____
____
____
____

25. ____
____
____
____

26. ____
____
____
____

27. ____
____
____
____

28. ____
____
____
____

29. ____
____
____
____

“Estoy Muy Ocupado, ¡Ahora No Puedo Hablar Contigo!”

1. **Así como crees en el valor de tu tiempo, yo creo en el valor de nuestro producto.** También creo que podemos ahorrarte mucho dinero. Si estás dispuesto a invertir solo siete minutos, puede que te ayude a ahorrar US$ 1.000 o incluso US$ 5.000. *¿Te gustaría saber más?*

2. **Si no estuvieras ocupado, no hubiera invertido muchas y largas horas en condensar mi presentación a los cinco puntos más importantes.** No me llevará más de cuatro minutos compartirlos contigo. *¿Podemos revisarlos ahora?*

3. [Nombre del prospecto], cuando recibes un fax, te tomas el tiempo de leerlo, ¿no es así? (Espera por el sí.)
   Bueno, ¡piensa en esta llamada como si fuera un fax muy importante! La idea que quiero mostrarte puede explicarse en menos de tres minutos. ¡Y estoy convencido de que estarás muy satisfecho de haber invertido el tiempo en escucharla!

4. Entiendo tu preocupación por el tiempo. **Es precisamente por eso que quiero que sepas que cada minuto que pasas conmigo ahora, puede significar cientos de dólares en tu bolsillo en el futuro.** Puedo probarlo ahora mismo, si me das solo tres minutos. ¿te parece bien si continúo?

5. Si estás muy ocupado, entonces eres justo la persona que quiero ver. Es el ejecutivo ocupado quien se da cuenta rápidamente del valor que tenemos para ofrecer. Si hubieras dicho que tienes una hora entera para hablar conmigo, estaría poco interesado en hablar contigo. Nuestros productos están diseñados para las personas activas que aprecian el valor del tiempo.

6. [Nombre del prospecto], ¿le dirías eso a un cliente que viene a verte con una orden de compra importante? (Espera la respuesta.)
   Mi punto es que yo represento una oportunidad monetaria tan grande para ti como cualquiera de tus clientes. Puede que hagas más dinero con mi producto de lo que podrías hacer con los próximos cinco clientes. Y siendo el tipo de empresario que eres, es probable que quieras saber cómo, ¿no es así?

7. Si viniera el gerente de tu banco y te dijera, *“Tengo una inversión 100% segura que te pagará 20% de retorno,”* probablemente querrías darle unos minutos para estudiar su propuesta. ¿no es verdad? Ahora bien, tengo un servicio que te pagará más del 20% de retorno al año por tu inversión. Todo lo que pido son unos pocos minutos de tu tiempo para mostrarte los hechos. *¿Puedo proceder?*

8. Entiendo tu posición. Suenas de verdad muy ocupado, y puede que veas esto como si fuera simplemente otra interrupción. **Sin embargo, quiero decirte que esta no es como cualquier otra llamada que recibas esta semana.** Este es un negocio importante relacionado con la productividad de tu empresa. Si no podemos hablar ahora bajo ningún motivo, ¿cuándo podemos hablar? Por favor recuerda que no podemos dejar pasar esto por mucho tiempo, sin correr el riesgo de la pérdida de productividad.

9. [Nombre del prospecto], si vieras un billete de US$ 100 en la vereda, ¿tendrías tiempo de pararte y levantar el billete? Darme un momento de tu tiempo; será tan productivo como levantar 10 o incluso 15 billetes de cien dólares.

10. Me recuerdas a [Nombre de un cliente tuyo] de la empresa [nombre de la empresa del cliente.] Pensó que estaba muy ocupado para hablar conmigo. Hasta que escuchó los comentarios de algunos colegas y socios sobre todo el dinero que les habíamos ahorrado, **¡terminó llamándome a mí!** Dado que ya estamos en el teléfono, ¿te gustaría saber cómo le ahorramos una gran cantidad de dinero a empresas como la tuya?

11. ¿Quieres que te envíe información? Te llevaría por lo menos una hora leer los folletos. Si realmente tienes poco tiempo, deberíamos hablar ahora. Puedo decirte lo más importante en cinco minutos. Eso te ahorrará 55 minutos de lectura. ¿Te parece bien que lo revisemos ahora, para ahorrarte todo ese tiempo?

12. **Siempre encontramos tiempo para las cosas realmente importantes, ¿no es así?** Cuando me dices que no tienes nada de tiempo, lo que de verdad estás diciendo es que no piensas que esto es importante, ¿verdad? *¿Te interesaría que te dijera por qué más de mil empresas piensan que somos uno de los servicios más importantes que usan?*

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

“Estoy Muy Ocupado, Habla Primero Con Nuestro Encargado De Compras.”

1. [Nombre del prospecto], supón que recibes una carta dirigida a ti y marcada con un sello que dice **“Confidencial.”** ¿Le permitirías a tu encargado de compras que la abriera? (Espera la respuesta.) La propuesta que tengo, es exclusiva para ti. Lo que tengo que decir es demasiado importante — y solo puede ser compartido con los más altos ejecutivos de la empresa. Ahora que entiendes las razones, ¿podemos hablar por unos momentos?

2. Puedo apreciar lo ocupado que estás. Y al mismo tiempo, puedo asegurarte que la oportunidad que tengo para compartir contigo, tendrá un impacto significativo en el futuro de tu empresa. **Lo único que estoy solicitando en este momento, son unos breves instantes para explicar las consecuencias monetarias de esta importante propuesta.** *¿No vale esto unos pocos minutos de tu tiempo?*

3. Nuestra propuesta es realmente muy significativa. Requiere información detallada que solo los directores de la empresa pueden proveer. ¿Está [nombre del encargado de compras], al tanto de todos los detalles y planes operativos que manejan los directores? Si no, deberíamos entonces reservar en tu agenda unos cinco minutos para que estudiemos juntos las partes claves de esta propuesta. Luego de esto, si aún así lo deseas, estaré pronto para hablar con él.

4. Si esta oportunidad le ahorra/genera US$ ______ a tu empresa, **¿quién quieres que sea el héroe, tú o el encargado de compras?**

5. Estoy seguro de que tu encargado de compras es muy competente. Sin embargo, puedo asegurarte que esta información va más allá del rango de sus conocimientos. **Esta información es solamente para la persona, que está a cargo de la totalidad de las ganancias de la empresa.**

6. Debido a que en nuestra experiencia, solamente los más altos ejecutivos pueden entender este tipo de propuesta, es política de la empresa no hablar con encargados de compra. O bien hablo contigo, o nadie en tu empresa se enterará de esta oportunidad. *¿Podemos hablar por unos pocos minutos para que entiendas por qué esta propuesta es tan valiosa?*

7. ¿Quieres que hable con tu encargado de compras? **Creo que lo que realmente estás diciendo, es que no crees que esta oportunidad sea digna de tu atención y de tu tiempo.** Si me das

solamente 120 segundos, podrás descubrir por qué si lo es.

8. [Nombre del prospecto], no fue por casualidad que te llamé a ti. La información que tengo fue preparada solamente para ti. Una vez que la hayas evaluado, si quieres que hable con el encargado de compras lo haré con mucho gusto. Pero confío en que no será necesario.

9. **¿Cómo te sientes cuando llamas a alguien y te piden que hables con otra persona?** Bueno, ¡así es como me siento yo ahora! *¿Qué harías si estuvieras en mi lugar?*

10. **Lo que de verdad me estás diciendo al sugerirme que hable con tu encargado de compras, es que no sabes realmente lo crítico que es este asunto.** *¿Te gustaría saber por qué si lo es?*

11. ____
____
____
____

12. ____
____
____
____

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

“Es Demasiado Complicado...”

1. **Mi trabajo es hacer que te sea fácil.** Me llevará solo unos pocos minutos ayudarte a ti y a tus empleados para que se sientan como expertos. *¿Seguimos adelante?*

2. Específicamente... ¿qué es lo que te parece complicado acerca de este producto?

3. Mmmm, realmente me sorprende escuchar eso. Lo importante es que puedes respirar tranquilo. Haremos que te sea muy fácil entendernos, tanto a nosotros como a nuestro producto. **Verás que en realidad, este producto es tan fácil de usar como un televisor.**

4. Si fuera tan complicado, nadie podría usarlo. **Y estoy seguro que te sorprenderá saber que ni siquiera se necesita haber cursado la secundaria para entender este producto.** Puede que se *vea* complicado, pero es en verdad muy sencillo de usar.

5. ¿Te preocupa el tiempo que te llevará aprender a usarlo? Lleva tan poco tiempo que te verás gratamente sorprendido. **¡Piensa en todo el tiempo que nuestra máquina te ahorrará, una vez que esté instalada en tu oficina!**

6. ¿Demasiado complicado? Bueno, también lo es el cuerpo humano, pero como sabes, la verdad es que es muy fácil de usar.

7. Sabes, **hubo un tiempo en que la gente pensaba que usar Internet era complicado.** Tú y yo sabemos que es muy sencillo. Una vez que hayas usado nuestro producto por un corto tiempo, ya no considerarás volver atrás, como no considerarías dejar de usar Internet.

8. ¿Demasiado complicado? ¿Comparado con qué?

9. Mira, yo no me destaco por ser una persona verdaderamente inteligente. No me fue tan bien en la escuela y tampoco he recibido ningún premio. **Si yo pude aprender a usar este producto, ¡estoy seguro que tú encontrarás que es tan fácil como hacer una guiñada!**

10. **No sé si lo sabías, pero varios niños menores de 12 años han aprendido a usar nuestro producto.** Si ellos pueden aprender a usarlo, ¡no me cabe ninguna duda de que tú también podrás!

11. ¿Recuerdas cómo fue aprender a manejar? Fue bastante complicado, ¿no es verdad? Ahora, probablemente puedas manejar, escuchar la radio, y conversar al mismo tiempo. **Mi punto**

es que muchas cosas que parecen complicadas al principio, se hacen sorprendentemente simples cuando aprendes a hacerlas. ¡Y esto es exactamente lo que sentirás al aprender a usar nuestro producto!

12. Me recuerdas a [Nombre de un cliente tuyo] de la empresa [nombre de la empresa del cliente.] Pensó que sería muy difícil aprender a usar este producto. Pensó que le llevaría semanas convertirse en un experto. Pero... sabía que lo necesitaba, y lo compró de todos modos. ¿Sabes qué? **¡Aprendió a usarlo en menos de cuatro horas!** ¿Por qué no adquieres uno hoy? Estoy convencido que descubrirás lo mismo que [Nombre de tu cliente.]

13. ¡Eso es lo mejor de comprar nuestro producto! **¡Somos la única empresa en la industria a la que puedes llamar de forma gratuita, para responder a todas tus preguntas y cuantas veces quieras!** Creo que encontrarás muy fácil aprender a usar nuestro producto, pero si tuvieras cualquier pregunta puedes llamar a nuestros expertos, ¡y te darán inmediatamente la información que necesitas!

14. ¡Eso es lo mejor que tiene nuestro producto! **¡Somos la única empresa en la industria que incluye sesiones de entrenamiento gratuitas!** Puedes volver a la clase de entrenamiento tantas veces como quieras, de forma gratuita, hasta que te conviertas en un experto. Sin embargo, la mayoría de nuestros clientes encuentran que una clase es todo lo que necesitan. *¿Por qué no lo compras ahora y ya te inscribimos en la próxima clase?*

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“No Quiero Tomar Grandes Riesgos...”

1. ¿Sientes que es demasiado arriesgado? **Mmm, raramente escuchamos eso.** ¿Qué quieres decir específicamente con “arriesgado”?

2. ¿Arriesgado? ¿Comparado con qué...?

3. **La verdad es que todo lo que hacemos en la vida tiene algún riesgo, ¿no es así?** Lo que también es cierto, es que hemos trabajado muy duro para minimizar el riesgo involucrado con este servicio, para que puedas sentirte tan seguro como el resto de nuestros clientes. Debes saber que nuestro porcentaje de funcionamiento sin errores, es un 97% — uno de los mejores en la industria para este tipo de servicio.

4. ¿Qué podemos hacer para que te sientas más seguro?

5. No tienes por qué preocuparte acerca de arriesgar tu dinero. Primero, porque garantizamos nuestro producto. Si por cualquier razón desarrollara un problema, lo repararíamos. Segundo, garantizamos que hará el trabajo. Si no lo hace, te devolveremos el dinero. Tercero, puedes hablar con cualquiera de nuestros cientos de clientes que se han sentido a salvo y seguros con nosotros por los últimos diez años. Como ves, ¡el riesgo de adquirir este producto es prácticamente nulo!

6. [Nombre del prospecto], **¿has pensado que puede ser más arriesgado para ti no comprar... que hacerlo?** ¿Cuál es el precio que pagarías, si la productividad en tu fábrica decayera?

7. Tienes razón, nada está libre de riesgo. Estoy seguro que sabes que más de la mitad de los casamientos, terminan en divorcio. ¿Es esa una razón suficientemente buena, para que la gente abandone por completo la idea de casarse? ¡Claro que no! Hay un mínimo riesgo al comprar nuestro producto. *Pero si lo comparas con los que obtienes al ser dueño de uno de estos, te darás cuenta que los beneficios son muchos y muy importantes para tu empresa*.

8. **¿Me estás queriendo decir que has completamente abandonado la idea de correr cualquier tipo de riesgos?** ¿Sin importar qué tan pequeños sean?

9. Esto es precisamente por lo que te sugiero que hagas la inversión ahora mismo. Hay riesgo en todas las inversiones. **Incluso el interés que puedes obtener en una cuenta bancaria, no está garantizado. Sabemos que los bancos también fallan.** Lo que es importante destacar, es que este es el momento más seguro para invertir en el mercado. Todos los factores económicos, indican

que la oportunidad de generar altas ganancias ahora, es muy grande — y la posibilidad de perder es muy, muy baja.

10. Bueno, puede que todo se resuma en que en este momento, no te sientes cómodo con esta idea. Déjame hacerte una pregunta. Cuando aprendiste a manejar un coche por primear vez, ¿te sentiste cómodo? Cuando tuviste tu primer trabajo, ¿te sentiste cómodo... o como un sapo de otro pozo? ¿Es decir, empezaste algo alguna vez con lo que te sentiste cómodo... desde el primer día? Creo que la respuesta es no, ¿no es así? Esto no es diferente. **En mi experiencia, se que en un par de semanas te sentirás muy cómodo y orgulloso con esta decisión.** ¿Por qué no tomas ventaja de esto ahora?

11. Entendemos que esto parece ser una gran decisión para ti. Y por esa razón, estamos preparados para trabajar doblemente duro para mantenerte satisfecho.

12. **¿Has tomado alguna vez en tu vida una decisión que parecía arriesgada... pero resultó ser la correcta?** Estás en exactamente la misma situación el día de hoy. ¡Aprovecha esta oportunidad!

13. ¿Piensas que es muy arriesgado comprar nuestro producto? Entonces, estoy seguro que te agradará saber que tenemos la mejor reputación de seguridad de toda la industria.

14. **Me da la impresión de que eres una persona sagaz.** Y me sorprende un poco que no veas lo segura que es esta decisión de compra. Dime, ¿qué áreas en particular te preocupan todavía?

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Quiero Trabajar Con Una Empresa Más Establecida. Hemos Trabajado Con Empresa ABC Por 11 Años, ¿Por Qué Deberíamos Cambiar Ahora...?”

1. Me da la impresión de que eres un empresario muy astuto. Y se que no me has invitado aquí para hablar del tiempo. **Pienso que la razón por la que nos estás considerando, es porque quieres diversificar. No quieres arriesgarte a tener un solo proveedor, ¿no es así?**

2. Entiendo lo seguro que te sientes con una relación que ha durado 11 años. Y sin embargo, vi que tus ojos se iluminaron cuando viste nuestros productos. Puedo ver que estas considerando seriamente diversificarte. **Solo por curiosidad, ¿podríamos comparar las ventajas y desventajas de las dos opciones?** Tomemos una hoja de papel y hagamos una lista de las razones para comprarle y no comprarle a mi empresa. La primera razón en contra nuestra es que no hemos trabajado contigo durante los últimos 11 años. *¿Cuál sería la razón para darnos la oportunidad de probarnos?*

3. ¿Te he ofendido de alguna forma y es eso lo que te impediría hacer negocios con nuestra empresa?

4. Solo puedo decir cosas buenas sobre mi competencia, y si yo fuera tú, continuaría con ellos — a no ser, por supuesto, que quieras un mejor producto a un mejor precio.

5. Respeto tu lealtad a tu proveedor actual. La lealtad es una virtud. Y ya que estamos en el tema, ¿has pensado acerca de tu lealtad a las ganancias a largo plazo de tu empresa? **¿No es este tipo de lealtad igual de importante que tu lealtad a un proveedor externo?** Si pudiera mostrarte una forma de mejorar los ingresos de tu empresa... ¿le darías un serio vistazo a nuestros productos?

6. Respeto el hecho de que has estado haciendo negocios con otra empresa, durante muchos años. **La gran mayoría de nuestros clientes han estado con nosotros por aún más tiempo**. ¿Te gustaría saber por qué miles de clientes, nos son tan fieles?

7. Me alegra escuchar que has estado haciendo negocios con otra empresa durante varios años. Esas son buenas noticias para ti. **Ya que esto significa que tendremos que trabajar más duro que nunca, para asegurarnos de que estés satisfecho con nuestros productos y servicios.** ¡Y estamos dispuestos a hacerlo! *¿Por qué no nos pones a prueba?*

8. No te estoy pidiendo que pases a comprar todo de nosotros. Solo danos un 1 por ciento. **¡Ganaremos el otro 99 por ciento!**

9. **Si puedo mostrarte tres razones, que tú mismo consideres muy buenas y por la cuales deberías cambiar, ¿estarías dispuesto a tomar esa decisión ahora mismo?**
   Si el prospecto dice que si:
   Me alegra que seas objetivo en la toma de esta decisión. Aunque somos similares en diseño, cuando miras más de cerca, puedes ver tres diferencias importantes. Primero, tenemos mejor calidad. Segundo, te podemos ofrecer una mayor selección. Simplemente échale una mirada a nuestro catálogo. Tercero, y más importante, es que tenemos el mejor historial de servicio que cualquier otra empresa en esta industria. *¿No son una mejor calidad, más opciones, y mejor servicio los criterios más importantes para decidir sobre una compra?*
   Si el prospecto dice no:
   Obviamente debes de tener una razón para decir eso. ¿Te importaría decirme cuál es?

10. Aprecio que hayas estado haciendo negocios con alguien más durante varios años. Es por eso que no te estoy pidiendo que abandones esa relación. **No estamos pidiendo todas tus compras. Solo danos un pequeño porcentaje de ellas.** ¡Te aseguro que estarás contento de haberlo hecho!

11. Me recuerdas a [Nombre de un cliente tuyo] de la empresa [nombre de la empresa del cliente.] Fue leal a otra empresa durante veinte años. **Recientemente, decidió probarnos.** ¡Dice que fue la mejor decisión que jamás tomó! Por qué no darte la oportunidad de descubrir lo que [Nombre de tu cliente] descubrió.

12. ¿Eres leal a otra empresa y crees que estás satisfecho con ellos? **¡No sabes lo que es estar satisfecho hasta que nos pruebes!** ¡Déjanos mostrarte cómo puedes estar contento, no solo satisfecho, teniendo la mejor calidad a los mejores precios disponibles! *¿Puedes darnos una pequeña orden hoy para corroborar lo que te digo?*

13. ____
   ____
   ____
   ____

14. ____
   ____
   ____
   ____

“Voy A Esperar Hasta El Otoño...”

1. Comprendo que necesitas más tiempo para pensar. *¿Me podrías decir cuáles son tus razones a favor y tus razones en contra para comprar ahora?*

2. He escuchado esto muy pocas veces. ¿Por qué demorarías en tomar una decisión tan importante como esta?

3. Quizás yo puedo ayudarte. Me doy cuenta de que esta es una decisión importante para ti. **¿Qué crees que ganarás si compras en el otoño, y qué perderás con la espera?**

4. ¿Quieres decir que no podrías usar estos productos ahora mismo? (Espera la respuesta.) Entonces, ¿por qué esperar al otoño? ¡¿Por qué no empezar a beneficiarte ahora?!

5. **¿Qué cambiará para entonces? Probablemente nada.** Puede que la necesidad por una solución como esta, hasta haya aumentado. Si podemos resolver tu problema hoy, ¿por qué demorar?

6. **¿Qué cambiará para entonces? Probablemente nada... excepto, tal vez, que nuestros precios estén más altos.** ¿Por qué no comprar hoy y tomar ventaja del precio más bajo?

7. Me das la impresión de ser un empresario activo, y estoy seguro que tomas decisiones más importantes que esta todos los días. ¿Por qué la duda ahora?

8. Me recuerdas a [Nombre de un cliente tuyo] de la empresa [nombre de la empresa del cliente.] Planeó esperar varios meses para comprar nuestros equipos. **Desafortunadamente, su empresa no pudo tomarse el lujo de esperar.** Durante esos meses, perdieron su competitividad. Sus competidores tenía nuevas máquinas y ellos no. El resultado final fue que perdieron muchas ventas. **Francamente, me incomodaría ver que eso te pasara a ti también.** ¿Por qué no comprar hoy y comenzar a sacarle ventaja a la competencia?

9. **¿Me prometes que definitivamente lo comprarás en el otoño?** ¡Bien! ¡Te llamaré a la mitad del verano para que podamos arreglarlo!

10. ¿Comprarás en el otoño? **Entonces, lo que me dices es que definitivamente lo quieres, ¿verdad?** ¿Por qué no llenar el papeleo ahora que tienes el asunto fresco en tu mente? Podemos arreglar la entrega en el otoño, ¿te parece bien?

11. **Si alguien en tu familia necesitara atención médica, ¿lo demorarías?** ¡Por supuesto que no! ¿Por qué entonces demorar esta decisión de compra? ¿No estamos en una situación similar? Tu empresa necesita los equipos de forma urgente. Instalémoslos ahora, para que puedas corregir este problema de productividad ahora.

12. Me dices que quieres esperar hasta el otoño... **¿Es solo un asunto de dinero?** Si eso es todo, podemos hacer que te lo envíen hoy, y no empezaremos a cobrarte hasta el otoño. ¿Qué te parece esta solución?

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

“Solo Compro Productos Nacionales.”

1. ¿Nunca...???

2. **¿Has comprado alguna vez café de Colombia, vinos franceses o equipos de audio japoneses?** Es muy probable que la respuesta sea sí. *La verdad es que vivimos en una economía global y todos usamos productos importados todos los días*. ¿Por qué de improviso estás aplicando un estándar diferente a mi producto? ¿Piensas que es justo o tenga sentido?

3. **¿Sientes que de alguna forma nuestro gobierno está en contra de nuestro país?** El gobierno hace dinero con cada producto importado de dos formas diferentes. Primero en impuestos de importación, y luego en los impuestos de venta. Si no fuera lucrativo para el gobierno, no nos permitirían vender estos productos. Nuestras ventas benefician a cado uno de los habitantes de nuestro país.

4. ¿Alguna vez te has preguntado por qué tanta gente usa sacos escoceses, relojes suizos, y cámaras fotográficas japonesas? La razón es muy simple. Tienen excelentes productos a precios razonables. Somos una de esas empresas con los mejores productos y precios. **Realmente pienso que no es importante dónde fueron fabricados nuestros productos.** ¿No es acaso más importante la calidad, beneficios, y precios que ofrecemos?

5. Nuestra empresa emplea a más de 400 empleados locales. Pagamos miles de dólares en impuestos, y el 35% de las partes que usamos son hechas en este país. No te dejes engañar porque nuestro nombre suena extranjero. Probablemente seamos más nacionales que las compañías que dicen ser nacionales.

6. ¿Solo compras productos nacionales? **¡Eso es casi imposible en estos días!**

7. Nadie compra solo productos nacionales. Es imposible. Dado que obviamente compras algún producto extranjero, ¿por qué de repente discriminas contra nuestra empresa? ¿Te parece justo?

8. Sabes, yo también soy muy patriótico. **Creo en apoyar a la industria nacional y a sus trabajadores.** ¿Sabías que nuestra empresa emplea a más de 2000 empleados locales? ¿Qué más patriótico podrías ser?

9. ¿Qué es más importante... comprar productos de cierto país, o lograr el mejor precio para tu empresa? *¿Me dejarías mostrarte cómo obtener lo mejor para tu empresa?*

10. ¿Sabías que empleamos a más trabajadores locales que el resto de nuestros competidores? **¿No es eso importante para ti?**

11. ¿Solo compras nacional? ¿Me estás diciendo la verdad? ¿Estás siendo totalmente honesto conmigo?

12. ¿Solo compras productos nacionales? Pensé que eso era imposible en esta época. ¿Puedes explicarme exactamente qué quieres decir con eso?

13. Bueno, yo soy nacido y criado aquí. ¿Por qué no me compras a mi?

14. **Ninguna empresa en nuestra industria fabrica todos sus componentes en nuestro país.** Es imposible comprar una máquina puramente nacional en este campo. Dado que eso es verdad, ¿por qué no enfocarse en comprar lo mejor para tu empresa? ¿No tendría eso mucho más sentido?

15. **¿A quién piensas comprarle?** Oh, la empresa [nombre de tu competidor.] ¿Sabías que el 90% de sus partes son fabricadas en el exterior? Son una empresa tan "extranjera" como nosotros. ¿No deberías en verdad concentrarte en los beneficios del producto... en vez de si fue hecho aquí o en otro país?

16. ¿A quién piensas comprarle? Oh, la empresa [nombre de tu competidor.] Hazte un gran favor, y mira más allá de su "nombre nacional." De hecho, fabrican más de sus componentes en el extranjero que nosotros. Si de verdad estás a favor de comprar los productos más nacionales posibles, ¡deberías comprarnos a nosotros!

17. **¿Escuchaste hablar de nuestra nueva planta de fabricación nacional?** ¡Así es! A partir de [día y fecha], comenzaremos a fabricar aquí en [nombre de tu país.] Pero, ¿por qué esperar? ¿Por qué no empezar a beneficiarte de nuestra gran calidad y bajos precios ahora mismo?

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

“Probamos Algo Similar, Pero No Funcionó...”

1. ¿Qué fue lo que sucedió? *(Obtén información específica sobre las quejas del cliente sobre el otro producto. Luego muestra específicamente cómo tu producto es diferente.)*

2. Nuestro producto ha estado en el mercado por tres años. Ese otro producto es demasiado nuevo y no ha sido probado. No tendrás que preocuparte por la confiabilidad de nuestro producto. ¡Lo garantizamos incondicionalmente!

3. [Nombre del prospecto], ¿comiste alguna vez comida al paso que no te cayó bien? ¿Una que te dio indigestión? A todos nos ha pasado. **Sin embargo no dejaste de comer porque esa comida te hizo mal.** Dices que probaste algo que no funcionó. *Respeto tu experiencia, pero por favor, ¡no compares nuestra comida cinco estrellas con comida al paso!*

4. **Lamento que hayas tenido una mala experiencia, y entiendo cómo te sientes.** Yo mismo he estado decepcionado de algunas de mis compras. Puedo asegurarte que lo que ofrecemos es tan diferente de ese otro producto, como el día es de la noche. Es por eso que lo garantizamos 100%. *Déjame explicarte exactamente cómo y por qué somos diferentes*.

5. Déjame mostrarte estas cartas de clientes satisfechos. Ve por ti mismo cómo producimos y respaldamos nuestro producto. **¿Viste alguna vez cartas de aprecio y recomendación como estas para ese otro producto?**

6. ¿Fue realmente el producto que no funcionó... o más bien el servicio que no recibiste? **Somos reconocidos por ofrecer el mejor servicio en la industria.** ¿Es eso importante para ti?

7. Eso fue desafortunado, y puedo entender cómo te sientes. Déjame preguntarte, *¿realmente crees que esta única experiencia tiene el poder de prohibirte que investigues nuevas y mejores oportunidades?*

8. **Sabes, comparar nuestros productos de hoy con lo que esa otra empresa ofrecía en aquel tiempo, es como comparar una computadora de 1994 con una del 2004.** Las computadoras de hoy son mucho más poderosas, ¿no es así? ¡Y también cuestan menos! **Como puedes darte cuenta, estamos en exactamente la misma situación.** ¡Nuestros productos son ahora extremadamente superiores a los que experimentaste en el pasado, y cuestan menos dinero! *¿No crees que le debes a tu empresa mirar lo que la tecnología de hoy tiene para ofrecer?*

9. Todos hemos sido golpeados en algún momento, ¿no es así? Estoy seguro que alguna fuiste lastimado en el amor, ¿verdad? ¿Hizo eso que nunca más quisieras entablar una nueva relación? Espero que no. Respeto el hecho que has sido herido. Te prometo que eso no sucederá aquí. Damos un cuidado excelente a nuestros clientes. ¿Puedo decirte exactamente cómo lo hacemos?

10. ¿Estamos comparando manzanas con manzanas o manzanas con naranjas? ¡Por favor no nos compares con la otra empresa! **Somos realmente diferentes.** ¿Puedo mostrarte cómo diferimos, y los muchos beneficios que te ofrecemos?

11. Puede que nuestro producto se vea similar al producto de [nombre de tu competidor] a primera vista, pero **es solo un parecido superficial.** Estoy seguro que has escuchado el dicho “no se debe juzgar a un libro por la tapa,” ¿verdad? Bueno, ¡eso es absolutamente cierto en este caso! ¿Puedo entonces abrir el libro y mostrarte las formas en las que no solo somos diferentes, sino también superiores?

12. Somos los *Ferrari* de la industria. **¿Es realmente justo compararnos con un *Fiat*?** ¿Me dejarías contarte específicamente qué es lo que nos hace los *Ferrari* de la industria?

13. ¿Cómo te sentirías si los productos de tu empresa fueran comparados con los peores productos de la industria? Bueno, esa es exactamente la posición en la que acabas de ponerme. **¿Qué harías si estuvieras en mi lugar?** ¿Me dejarías proporcionarte algo de información, que demuestra por qué somos infinitamente superiores a esa otra empresa?

14. ¿CUÁNDO lo probaste? Sabes, ¡nuestra industria ha tenido grandes cambios desde entonces! ¡Los productos que ofrecemos hoy, están años luz adelante de los que experimentaste antes! *¿Por qué no darle un vistazo a lo que hay disponible en el presente?*

15. **Sabes, comparar nuestros productos actuales con lo que esa otra empresa ofrecía antes, es como comparar un *Ford T* con un *Ferrari*!** ¿Es esa una comparación justa? ¿No piensas que te debes a ti mismo darle un nuevo vistazo a lo que hay disponible ahora, y ver cómo puede beneficiar a tu empresa?

16. ____
____
____
____

“El Producto De Tu Competidor Es Mejor.”

1. ¡¿Estás bromeando?! *(Actúa sorprendido.)*

2. ¿Mejor? ¿En qué forma? *(Haz que el cliente enumere características que le gustan del otro producto; luego muéstrale cómo el tuyo es igual o mejor.)*

3. Estaría interesado en escuchar tu opinión imparcial sobre los dos productos.

4. Obviamente, has tenido la oportunidad de ver sus productos. ¿Qué fue lo que viste que te impactó?

5. ¿A qué te refieres precisamente? ¿Te refieres a la calidad, servicio, características y beneficios, o al valor del producto luego de tres años de uso?

6. Cada empresa tiene una forma única de presentar su producto. **Nosotros dejamos que el producto hable por si mismo.** Tengo la sensación de que pronto descubrirás que hay una diferencia entre las promesas de la publicidad, y los hechos reales. *¿Te importa si menciono cuáles son algunas de esas diferencias?*

7. Estaría de acuerdo en que hay algunas diferencias de diseño, sin embargo, lo que cuenta en el futuro es la calidad del servicio. ¿Qué ventaja te da tener una especificación un poco mejor en papel, cuando necesites servicio en el día... y no te lo den? **Nosotros te garantizamos servicio en menos de cuatro horas luego de que nos llamaste.** ¿Cuánto vale eso para ti?

8. **De todas las características que ves en el producto de nuestros competidores, hay una que nunca tendrán: nuestro compromiso con un servicio de primera línea.** Tenemos más unidades en operación, más ingenieros de servicio altamente entrenados, y el mejor historial de respuesta rápida que cualquiera en la industria.

9. **Me sorprende que digas eso.** Tenemos la reputación de ser los mejores en la industria. Específicamente... ¿qué piensas que es mejor en el producto de nuestros competidores?

10. **¡Algunos de nuestros clientes más satisfechos, son personas que tuvieron anteriormente productos de la otra empresa!** Mira, permíteme darte algunos números telefónicos. Cuando puedas, llámalos. Mientras tanto, déjame contarte por qué nuestro producto es superior al de la competencia.

11. ¿El producto de la competencia *parece* ser mejor? **Recuerda que las apariencias engañan.** Miremos más allá de la superficie, para ver qué es lo que en realidad recibes. ¿Te parece bien?

12. **Es cierto que tal vez tengan algunas funciones que nosotros no ofrecemos. Pero por favor fíjate en la diferencia de precio.** Su producto cuesta mucho más y su servicio de reparaciones sale el doble de lo que sale el nuestro. En el transcurso de solo dos años puedes llegar a pagar el doble por su producto que por el nuestro. ¡Y los dos hacen lo mismo! Por qué no hacerle un favor a tu empresa y ahorrarle dinero ganado con esfuerzo. No necesitas una solución enchapada en oro para este problema. ¡Compra este producto, y te aseguro que no te arrepentirás de tu sabia decisión!

13. **¿Quién te comentó eso?** ¿Has hablado con personas que tienen los dos productos... o solo has estado escuchando los anuncios publicitarios? Estoy seguro que si hablas con propietarios, encontrarás que nuestro producto es mucho más respetado que el de la competencia.

14. ¿Mejor comparado con qué? Todas sus características principales fueron emuladas del nuestro. Realmente, no es más que una burda imitación. *(Dilo con cierto desprecio.)* **Nuestra tecnología les lleva dos años de ventaja.** ¿No deberías darle una mirada más de cerca a lo que ofrecemos?

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

“Se Avecinan Tiempos Difíciles...”

1. Esa es precisamente la razón por la cual recomendamos comprar ahora, *para que puedas hacerle frente a los tiempos difíciles con un incremento en la productividad*.

2. **Si fueras el capitán de un crucero transatlántico, no dejarías de navegar solo porque viste unas nubes de tormenta en el horizonte, ¿no es verdad?** Bueno, tu empresa es como ese crucero. ¿Dejarás de liderar y administrarla, solo porque puede llegar a haber tiempos difíciles en el horizonte?

3. ¿Sabes lo que dicen acerca del porcentaje de acierto de los economistas? Predijeron con precisión nueve de las últimas dos recesiones. *(Dilo con una sonrisa en la voz.)* ¿Estás absolutamente seguro de que se avecina una recesión? Aún si esto fuera cierto, puede que sea inteligente hacer lo que hacen muchos de nuestros clientes, y darnos una orden grande ahora, para tener los materiales a mano cuando los tiempos se pongan difíciles.

4. **Los tiempos difíciles requieren una mirada estricta a precios bajos y altas ganancias.** Afortunadamente, obtendrás los dos con nuestro producto. *¿Por qué no ordenar hoy y enfrentar los tiempos difíciles con un as en la manga?*

5. **¿Es solo una cuestión de dinero?** Si lo es, estoy seguro que podremos extender tu crédito para que puedas pagarlo de una forma que te convenga. *¿Revisamos cómo extender tu crédito?*

6. ¿Por qué estás esperando tiempos difíciles?

7. **¿Quién te dijo que se vienen tiempos difíciles?** ¿Tiene acaso una bola de cristal? ¿Puede alguien *realmente* predecir el futuro?

8. Eso me sorprende. **La mayoría de las personas en tu industria esperan buenos tiempos en el futuro cercano.** ¿Piensas que todos puedan estar equivocados?

9. *¿Qué tan adelante?* Seguro, quizás en un años o dos — pero eso está bien lejos. **¿Por qué empezar a achicar desde ahora?** Todo el mundo predice que el próximo par de cuatrimestres será excelente. ¿Por qué no aprovechar este buen negocio ahora?

10. Bueno, si esperas tiempos difíciles, quizás *deberías reducir un poco el total de tu compra*. ¡No estoy sugiriendo que compres mercancía como para llenar un depósito! Pero, ¿tiene sentido no comprar absolutamente nada?

11. ¿Cómo fue que formaste ese miedo con respecto al futuro?

12. Sabes, el otro día escuché hablar a un experto y dijo que las investigaciones han demostrado que **¡el 98% de las cosas por las que nos preocupamos nunca suceden!** ¿Podría ser esta una de esas cosas? ¿Qué tal si te preocupas en vano, cortas tu presupuesto, y nunca sucede? ¿Quieres realmente tomar ese riesgo?

13. **¿Qué piensas que la empresa más grande en tu industria estará haciendo?** ¿Van a reducir y perder parte del mercado? ¡NO! ¿Por qué no hacer lo que hacen los grandes? *Esta podría ser una excelente oportunidad para sacarle mercado a las compañías pequeñas y débiles en tu campo*. ¿Por qué no ordenar hoy?

14. **Sabes, en otras épocas de tiempos muy difíciles, la gente tuvo que arreglárselas con menos comida.** Tuvieron que reducir la cantidad de alimentos que consumían. Pero, a los que se le fue la mano con la reducción, se murieron de hambre. *¡Lo mismo puede pasarle a una empresa! No mates de hambre a tu empresa*. ¡No es saludable! ¿No deberíamos por lo menos hacer una pequeña orden el día de hoy?

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

“Tu Producto Es Demasiado Nuevo...”

1. **¿Qué tan nuevo es nuevo?** ¡Nuestro producto ha estado en el mercado por varios años!

2. **¿Quieres decir que no es seguro para ser usado?** ¿Te gustaría ver lo que los mejores expertos en seguridad han dicho de nuestro producto?

3. **No quería darte la impresión de que usamos a nuestros clientes como conejillos de india.** Puede que seas uno de los primeros en la zona usando este producto, sin embargo, ha sido usado y probado durante más de dos años a lo largo y ancho del país. Solo es nuevo en este lugar.

4. No es totalmente nuevo ya que **todos los elementos básicos de nuestro modelo anterior son los mismos.** Hay más de un 60% de partes intercambiables entre los dos modelos. Y, como sabes, ¡nuestro modelo anterior era el caballito de batalla y el estándar de la industria! Estamos seguros de que este producto será aún más respetado.

5. **Esa es exactamente la razón por la que deberías tener uno.** Eres un empresario perspicaz y sabes que estás obteniendo un muy buen trato con nuestra oferta introductoria. Si compras de aquí a dos meses, tendrás que pagar 10% más. *¡¿Por qué no comprar hoy y aprovechar este estupendo descuento?!*

6. Déjame mostrarte algunas cartas de clientes que compraron este excelente producto hace unos meses. No solo no han tenido ningún problema, sino que están ampliamente satisfechos con él.

7. Creo que nuestra empresa tiene la mejor línea de productos en la industria. Este último modelo fue armado usando estándares precisos de calidad, desarrollados durante nuestros más de 20 años en el negocio. No tendrás que preocuparte por calidad, servicio, o confiabilidad.

8. **Bueno, como sabes, todo fue nuevo en algún momento.** En un tiempo, el teléfono era nuevo, la computadora era nueva, el coche era nuevo. *Algunas empresas aprovecharon estas nuevas invenciones y herramientas — y la mayoría de esos negocios prosperaron*. Otras empresas se aferraron a viejas tecnologías y herramientas pasadas de moda, y la mayoría de ellas fracasaron. ¿No estamos hoy en la misma situación? ¿Por qué no ser uno de los negocios que miran hacia el futuro? Toma ventaja de esta nueva oportunidad para aumentar tu productividad, antes de que tu competencia lo haga.

9. ¿Te parece justo discriminar a una empresa o a un producto solo porque es nuevo? **En algún momento tu empresa era nueva, e introdujo nuevos productos.** ¿Cómo te hubieras sentido si nadie hubiera considerado tus productos solo porque eran nuevos? Dicho esto, estoy seguro que me extenderás la cortesía de echarle una mirada a los muchos beneficios que nuestro producto te puede ofrecer, ¿no es verdad?

10. **Algún día, este producto será viejo y pasado de moda. Obviamente, no querrás esperar hasta ese entonces para comprarlo, ¿no es así?** La pregunta entonces es, ¿cuándo querrías comprarlo? ¿Por qué no hacer tu orden hoy, con entrega en tres meses? Si escuchas algo malo sobre nuestro producto en los próximos tres meses, no lo despacharemos. ¿Te parece justo? Para entonces, ya no será nuevo. Pero, comprando hoy, podrás tomar ventaja de nuestro precio especial de introducción. De modo que no importa por donde lo mires, igual ganas. *¿Qué te parece entonces si seguimos adelante y reservamos uno para ti ahora mismo?*

11. **¿Alguna vez compró tu empresa un producto nuevo que les gustó?** *¿Cuándo? ¿Por qué?* ¿No estamos hoy en una situación similar? Estoy seguro que si compras este nuevo producto, te va a encantar.

12. **¿Tu empresa compra coches usados para sus ejecutivos?** ¿No? Entonces, ¿por qué comprarían tecnología usada o no actualizada? No tiene sentido, ¿verdad?

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

“El Negocio Está Muy Quieto Por El Momento...”

1. **Bueno, estoy seguro que estás tomando medidas para mejorar la situación.** Y nuestro sistema puede ayudarte a lograr tus metas. *¿Está bien si te muestro cómo podremos ayudarte a acelerar este crecimiento?*

2. **¿Piensas que este bajón durará para siempre?** ¿No? Entonces ahora es el mejor momento para que nos sentemos y hablemos acerca de qué necesitarás cuando este bajón temporal termine, y tu negocio comience a levantar.

3. ¿Cuáles piensas que son las consecuencias de esto?

4. Entiendo. **Dado que el negocio está tranquilo por ahora, significa que deberías estar especialmente interesado en encontrar formas de ahorrar en costos de operación, ¿no es verdad?** Cuando lo ves de esta forma, es fácil darte cuenta que ahora es cuando necesitas nuestro producto más que nunca.

5. ¿El negocio está lento? **Entonces me alegro de haber venido hoy.** Hablemos un poco de cómo hemos ayudado a empresas como la tuya a mejorar su productividad y sus ganancias. Y aún más importante, cómo podremos ayudar a *tu* empresa a hacer lo mismo, con un plan que se acomode a tus necesidades.

6. Si el negocio está lento, necesitas incrementar tu productividad de forma rápida. **He estado trabajando con varias personas en situaciones similares.** ¿Te gustaría escuchar lo que nuestra maquinaria les ayudó a lograr?

7. Esta es una lista de clientes que compró nuestro producto para incrementar el volumen de sus ventas. Algunos de ellos han generado tanto crecimiento, que están trabajando horas extras para cubrir la demanda.

8. **¿Ha estado quieto alguna vez en el pasado?** ¿Qué hiciste entonces? ¿Cortaste todas tus compras? Por supuesto que no. Dicho esto, entiendo que tengas que priorizar en que inviertes tu presupuesto. Déjame darte tres buenas razones de por qué nuestro producto debería estar al tope de tu lista de prioridades.

9. ¿El negocio está más bien quieto por ahora? **¡Entonces este es el momento perfecto para comprar!** Cuando el negocio está andando sin descanso, tus empleados no tienen tiempo de aprender cómo operar la nueva máquina. Ahora, mientras las cosas están temporalmente lentas, es el momento perfecto de traerla. Así cuando el negocio repunte, ya serán expertos en usarla. *¿Qué te parece poner la orden de compra hoy mismo?*

10. **¿Qué piensas que hacen las empresas realmente grandes en tu industria, cuando el negocio se aquieta un poco?** ¿Piensas que cortan totalmente todas las compras y tapan las ventanas? Por supuesto que no. Respeto que tienes que priorizar las decisiones de compra. **Pero sugiero que pienses como los grandes, para ganar como los grandes.** *Reduce* tus compras, pero compra todavía lo que es esencial. Déjame mostrarte por qué nuestros equipos son tan esenciales para ti.

11. Me recuerdas a [Nombre de un cliente tuyo] de la empresa [nombre de la empresa del cliente.] Sus ventas se enlentecieron un poco y decidió cortar en grande sus compras. Cortó casi todas las compras importantes. **Cuando el negocio repuntó de nuevo, no estaba preparado — no pudo manejarlo. Y la competencia le arrebató muchos de sus clientes.** Realmente odiaría ver que algo así te pasara a ti. *¿Por qué no comprar esta máquina y estar preparado para cuando el negocio repunte?*

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

20. ____
____
____
____

21. ____
____
____
____

22. ____
____
____
____

“No Me Interesa...”

1. Precisamente. **No hay ninguna razón por la que debieras estar interesado en nuestro producto**, hasta que te muestre cómo puede ayudarte a hacer dinero, incrementar tu productividad, y solucionar tus problemas. *¿Qué te parece si te muestro cómo es que podemos lograr exactamente esto?*

2. [Nombre del prospecto], 42 ejecutivos compraron este producto en las últimas dos semanas, y todos empezaron diciendo que no estaban interesados. La razón por la que compraron, fue porque encontraron que les ahorraría dinero y les evitaría dolores de cabeza. *¿Te gustaría descubrir lo que ellos descubrieron?*

3. ¿Puedo pedirte que consideres los intereses de tu empresa por un momento? Estoy convencido de que mi producto te ayudará a ganar más dinero. **Apreciaría que miraras la evidencia, y luego lo dejo a tu juicio por supuesto** — tú serás el que tenga la última palabra sobre si lo quieres o no.

4. **¿Podría preguntar por qué?**

5. Esta no es una llamada al azar. Acabamos de instalar un sistema en una empresa como la tuya. Y mientras hablamos, están ahorrando dinero — y por consiguiente — durmiendo como bebés por las noches. ¿No es uno de tus principales intereses ahorrar dinero? Me llevará menos de cinco minutos, mostrarte cómo tu empresa también puede lograr esto. ¿Podemos continuar?

6. Estaría interesado en saber tus razones para decirme eso. *¿Acaso dije algo que te ha ofendido?*

7. Si supieras lo que este servicio puede hacer por tu empresa, te darías cuenta que lo que me acabas de decir es sinónimo de que no estás interesado en hacer dinero. ¿Es ese el caso? ¿No estás interesado en hacer dinero?

8. ¿No estás interesado? Nunca había escuchado esto. ¿Te importaría explicarme por qué no estarías interesado en ahorrar dinero y hacer dinero? Pensé que era precisamente por esto que estabas en el negocio.

9. **Si yo fuera tú, tampoco estaría interesado. Después de todo no has tenido acceso a la última información.** ¿Puedo brevemente mencionarte los beneficios más importantes de nuestros productos? De esta forma podrás tomar una decisión informada, acerca de por qué son verdaderamente interesantes para tu empresa, o no. ¿Te parece bien?

10. **Te creo. Y también es verdad que en cierto momento, no estabas interesado en comprar un coche nuevo. En cierto momento, no estabas interesado en comprar un nuevo hogar.** Pero, al aprender más sobre coches y casas, tu nivel de interés subió, y cuando llegó el momento correcto para ti — compraste. No te estoy pidiendo que compres hoy. Solamente que escuches una propuesta que puede beneficiarte — y mucho. *¿Puedo explicarte brevemente algunos de los grandes beneficios de nuestros productos?*

11. **Muchas personas, incluyendo yo mismo, decimos eso solamente para cortar la conversación telefónica.** ¿Te estoy llamando acaso en un mal momento? Si es así, me agradará llamarte en una mejor oportunidad. Se que estarás interesado en escuchar más, cuando descubras lo que hemos podido lograr para nuestros clientes. ¡Es realmente extraordinario! *¿Cuál sería un mejor momento para que hablemos?*

12. ¿No estás interesado? **¿Entonces con quién debería hablar en tu empresa que estaría interesado en ahorrar dinero e incrementar la productividad?**

13. ¿No estás interesado? Te pido disculpas, obviamente debo de haber hecho algo mal. Si te hubiera explicado completamente los muchos beneficios de nuestro producto, en este momento deberías estar muy interesado. *¿Qué es lo que no expliqué en detalle?*

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Lo Siento, No Le Compraremos A Tu Empresa.”

1. No entiendo... *¿Por qué?*

2. Obviamente debes tener una razón para sentirte así. ¿Puedo preguntar cuál es?

3. Estoy seguro que consideraste los pro y los contra antes de tomar esa decisión. **Me interesaría saber cuáles fueron las cosas que inclinaron la balanza hacia ese lado.**

4. No te preocupes. Tenemos una lista de gente tratando de convertirse en clientes, más grande que nunca. Y precisamente por esta razón, tengo la curiosidad de saber qué te hizo cambiar de opinión.

5. ¿A quién estás considerando comprarle? Bueno, son una buena empresa. **Ahora bien, si en cualquier momento decides tener un respaldo, y quieres diversificar para evitar riesgos, tal vez consideres la idea de comprarnos algo del producto a nosotros.** Podría ser una buena póliza de seguro para ti, en caso de cualquier imprevisto.

6. ¿Le comprarás a otra empresa? Estoy realmente sorprendido. Pensé que habías efectuado tu orden la semana pasada. ¿Qué sucedió?

7. ¿Le estás comprando a otro proveedor? Dime, ¿ya se firmó la orden de compra? ¿Ya les pagaste? **Sabes, todavía puedes cambiar de opinión.** Mucha gente lo hace y nadie se lo toma como algo personal. Déjame revisar rápidamente contigo por qué más y más gente nos prefiere día a día. Puede que decidas escaparte de esa orden antes de que sea demasiado tarde.

8. ¿No le comprarás a nuestra empresa? Dime, **¿fue solo un tema de precio?** Si eso es todo, estoy seguro que te puedo extender un crédito y sistema de pago sumamente conveniente para ti. ¿Qué te parece si llamo al encargado de créditos ahora mismo?

9. ¿No le comprarás a nuestra empresa ahora... o nunca? **¿Qué es lo que podríamos hacer para asegurarnos que nos elijas en el futuro?**

10. Respeto el hecho de que no nos comprarás ahora. Sin embargo, recuerdo que dijiste que te gustaba mucho nuestro producto. **¿Sabes de alguien más en la industria que pueda estar interesado en nuestros productos? ¿Quién?**

11. ¿Hay alguna otra persona en tu empresa que pueda estar interesada en comprar productos que ahorren dinero? ¿Quién?

12. Entiendo que no nos comprarás esta vez. **Sin embargo, sospecho que a medida que escuches más y más en las noticias sobre nuestros clientes, y lo que piensan acerca de nuestros asombrosos productos, querrás comprarnos algo en el futuro**. ¿Te importaría si te visito periódicamente para mantenerte al tanto de los nuevos productos? ¡Genial! ¡Entonces te haré una corta visita el mes que viene!

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

20. ____
____
____
____

21. ____
____
____
____

“La Máquina Que Tenemos Todavía Funciona Bien.”

1. Entiendo cómo te sientes. Muchos de mis clientes me dijeron exactamente eso antes de hacer el cambio. **Fue entonces que descubrieron que la razón de por qué un nuevo modelo hace obsoleto al viejo, no es porque el viejo sea malo, sino que el nuevo es muchas veces más eficiente y productivo**. *¿Te gustaría examinar lo que estos negocios realmente progresistas encontraron, y que los convencieron sin lugar a dudas de la necesidad de efectuar el cambio?*

2. Esa es exactamente la razón por la que deberías cambiar ahora. **Dado que tu máquina todavía está bien, todavía tienes un alto valor de recambio.** Cuando se rompa, tu valor de recambio será cero. Está comprobado que es más barato cambiar una máquina que funciona, que esperar hasta que falle. ¿Qué te parece si completamos tu orden de compra hoy?

3. ¿Has pensado alguna vez en la vida útil de tu máquina versus el costo de mantenerla? Estoy de acuerdo, tu vieja máquina todavía funciona, pero también requiere altos costos de mantenimiento. **¿No te convendría sacarte de encima todas esas cuentas de mantenimiento y reparación?** ¡Nuestra nueva máquina viene con una garantía completa por los próximos tres años!

4. **Ser bastante bueno puede que no sea suficiente en el mercado de hoy.** Mira lo que están haciendo tus competidores. Están continuamente tratando de ser mejores, de usar los beneficios de la última tecnología. ¿Qué hay de malo con ser el mejor? ¿Por qué no ser un líder en lugar de un seguidor?

5. Cuanto más tengas esta máquina, más vieja se pondrá y más costoso será pasar al siguiente modelo. **Sin mencionar los riesgos de seguridad.** ¿De verdad quieres tener que preocuparte por la seguridad de los trabajadores que usan esta máquina?

6. ¿Funciona bien comparado con qué? ¿Qué estándares estás usando?

7. **¿Qué piensan tus clientes cuando ven esta vieja máquina?** ¿Piensas que les da una buena impresión? *¿No te gustaría tener una máquina que realmente les de una buena impresión y les inspire confianza?*

8. **¿Qué es lo que te impide comprar una nueva máquina? ¿Es solo el precio?** Si es así, estoy seguro que podemos arreglar un buen sistema de crédito con nuestro departamento de finanzas. ¿Qué tal si los llamamos ahora?

9. Todavía se ve bien en la superficie. **Pero, como los dos sabemos, las apariencias engañan.** Con tres años de uso es muy posible que ya tenga un número de partes débiles y desgastadas internamente. *¿De verdad quieres correr el riesgo de que se te rompa un día cuando realmente la necesitas?*

10. **¿Te enamoraste de esta máquina?** Cierto que esta vieja máquina todavía funciona, pero no está ni cerca de ser tan efectiva, funcional, y productiva como podría ser. Compra una de nuestras nuevas máquinas, ¡y te garantizo que la querrás aún más que a esta vieja!

11. **Piensa en tus más feroces competidores. ¿Te parece que ellos esperan hasta que una máquina esté completamente destruida antes de reemplazarla?** ¡Lo dudo mucho! Una de las cosas que los hace ser tan exitosos, es que miran hacia el futuro. ¡Están preparados para el futuro! Es por eso que son el líder de la industria. Y lo importante es que si tú comienzas a pensar y actuar como un líder, tendrás una gran chance de llegar a serlo.

12. **¿Te preocupa que tu gente no pueda usar esta nueva máquina?** Déjame tranquilizarte, ¡tenemos el mejor entrenamiento de la industria! En un período de tiempo muy corto, tu gente sentirá que usar esta nueva máquina ¡es todavía más fácil que usar la vieja!

13. **Sabes, las computadoras con *Windows 95* todavía funcionan**. **¡Las máquinas de escribir todavía funcionan!** Pero cuando aparece una forma superior de hacer las cosas, la mayoría de la gente la adopta. *¿Por qué negarse todas las ventajas que ofrece la tecnología disponible en la actualidad?*

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

“Estamos Satisfechos Con Lo Que Tenemos Ahora.”

1. ¿Satisfechos... en qué sentido?

2. Se como te sientes. **A menudo estamos satisfechos con un producto o servicio porque no hemos tenido la oportunidad de compararlo con algo mejor.** *¿Puedo mostrarte el más alto estándar de referencia en la industria?*

3. Me alegra que estén satisfechos... y es bueno encontrarse en esa situación. **También pienso que estarán aún más satisfechos con los múltiples y únicos beneficios que nuestro producto tiene para ofrecerles.** ¿Te importa si menciono brevemente alguna de sus características y beneficios más sobresalientes?

4. **En tu rol de encargado, estoy seguro que le recuerdas a tus empleados “no dormirse en los laureles” con sus resultados presentes, sino que siempre deben buscar mejorarlos.** Tu empresa *depende* de las mejoras continuas. Y no estaría hoy aquí si no estuviera convencido de que puedo ayudarte a mejorar tu situación presente. ¿Puedo mostrarte cómo?

5. **La mayoría de la gente está satisfecha con lo que tiene.** La mayoría de nuestros clientes estaban satisfechos con lo que tenían, *antes* de ver nuestro producto. Hay tres razones por las que cambiaron. *(Enumera a continuación tres beneficios de tu producto.)*

6. ¿Qué es lo que más te gusta de lo que tienes ahora? *(Luego muéstrales cómo tu producto tiene aún más de esto.)*

7. **Me alegra oír eso, ya que no querría hablar contigo si no lo estuvieras.** Nos gusta tratar con gente que toma buenas decisiones de compra. La gente inteligente realmente aprecia lo que tenemos para ofrecer. ¿Puedo contarte por qué nuestro producto será tan especial para ti?

8. **¿Qué tenías antes de comprar lo que tienes ahora?** (<u>Espera la respuesta</u>.) *¿Por qué cambiaste?* Obviamente, tuviste una buena razón para cambiar. Puede que sea hora de cambiar nuevamente. Déjame mostrarte por qué más y más consumidores sagaces, están reemplazando su viejo producto por el nuestro.

9. Comprendo lo que dices. **No te gusta cambiar sin una buena razón, ¿correcto?** Entiendo y respeto eso. Déjame darte varias razones sólidas y legítimas, de por qué más y más encargados de compra están pasándose para nuestros productos.

10. ¡No sabes lo que es satisfacción hasta que uses nuestro servicio!

11. **Ninguna empresa es perfecta, ni siquiera la nuestra.** Si pudieras cambiar algo, lo que sea, de la empresa con la que estás haciendo negocios o de sus productos, ¿qué sería? *(Ahora muéstrales cómo pueden lograr esto con tu empresa.)*

12. ¿Siempre has estado satisfecho? **¿Te han decepcionado aunque sea una sola vez?** Sabes, tenemos el mejor servicio en la industria. Garantizamos servicio en el día. Ninguna otra empresa lo hace. *¿No crees que eso te hará sentirte aún más satisfecho?*

13. **Odias tener que cambiar, ¿verdad? Yo soy igual.** Y sin embargo, a veces simplemente tienes que cambiar para estar a la par de la competencia. ¿Puedo mostrarte cómo cambiar a nuestros productos, te ayudará a estar al frente de tu competencia?

14. ¿Leíste el libro "En Busca de la Excelencia"? Sabes, ese libro vendió más de cinco millones de copias. **La idea principal es que las empresas excelentes, no se conforman con estar satisfechos con cómo están las cosas.** Están constantemente buscando formas de mejorar. Buscando cómo ser los mejores. ¿No es este tu caso? *¿Puedo mostrarte cómo nuestros productos ayudarán a tu empresa a unirse a las filas de las corporaciones realmente excelentes?*

15. ____

16. ____

17. ____

18. ____

“Tengo Que Pensarlo...”

1. Específicamente... ¿qué es lo que tienes pensar?

2. Estoy de acuerdo. **Es mas, pensémoslo en voz alta. A veces dos cabezas piensan mejor que una.** *¿Son las finanzas lo que te inquieta, o es algo acerca del diseño que te gustaría pensar?*

3. Pensémoslo ahora mientras lo tienes fresco en la mente. **¿Cuáles son algunas de las cosas sobre las que necesitas saber más?**

4. Has tomado decisiones más grandes que esta antes, ¿verdad? **¿Por qué no ahorrar tiempo y sacarte esta del camino?**

5. Con lo ocupado que estás, probablemente tengas otras cosas más importantes en que pensar. **Me imagino que esta debe ser una decisión relativamente pequeña para alguien como tú.** *¿Por qué no tomar la decisión ahora mismo, y liberar tu mente para pensar en los temas verdaderamente importantes de tu empresa?* ¿Te parece bien?

6. **Luego de nuestra conversación, me da la impresión de que eres una persona que toma decisiones de forma activa.** *¿Por qué en este caso no agarramos al toro por los cuernos, y tomamos la decisión ahora mismo?*

7. Bien, esperaré en la recepción, y puedes salir cuando te hayas decidido. *(Dilo con sentido del humor.)*

8. Obviamente, debes tener una razón para decir eso. ¿Te importaría si te pregunto cuál es?

9. Entiendo que quieras más tiempo para pensar. Y me interesaría saber lo que piensas acerca de las razones a favor, y las razones en contra para comprar ahora.

10. ¿Quieres pensarlo? Se lo que en verdad estás diciendo. **Estás diciendo que no puse bien claros los beneficios de tener nuestro producto.** Si hubiera dejado esos beneficios bien claros, se que estarías pronto para convertirte en el dueño de uno de éstos, ahora mismo. Te pido disculpas por eso. Así que... ¿cuál fue la parte que no expliqué completamente?

11. **Pensarlo puede significar que tengas que esperar dos meses antes de poder disfrutar los beneficios de nuestro producto.** Podemos condensar esos dos meses en dos minutos si aceptas esta propuesta ahora. *¿Por qué no proseguir y comenzar a disfrutar de los muchos beneficios esta misma semana?*

12. **¿Es necesario invertir más tiempo pensándolo?** Me contaste que ya has invertido docenas de horas pensando en esto. ¿No crees que has pensado lo suficiente?

13. **Entiendo lo que dices, y sin embargo, intuyo que al mismo tiempo te gustaría ponerle fin al asunto.** También siento que hay algunos puntos que realmente te gustan. *¿Qué es lo que te está deteniendo?*

14. Por favor, ¡no lo pienses por mucho rato! **¿Estás enterado de que nuestros precios subirán el día 17 del próximo mes? Las nuevas listas de precios ya están impresas.** *¿No te parece una buena decisión aprovechar los precios bajos de hoy y ordenar ahora mismo?*

15. No lo pienses por mucho rato. **¡Tu tiempo es muy valioso!** No gastes US$ 500 de tu tiempo pensando en una decisión así de pequeña. *¿Por qué no proceder ahora?*

16. ¿Quieres pensarlo? Me parece correcto. **¿Por qué no lo piensas intensamente durante tres horas, y te llamo esta tarde?** ¿Te parece una buena idea?

17. Estoy de acuerdo, creo que deberías pensarlo [nombre del prospecto.] Cada vez que tienes la oportunidad de ahorrar dinero, tienes que pensarlo bien. Y sabes, también es cierto que hay varias cosas en las que podemos pensar... y siempre llegar a la misma conclusión. Por ejemplo, si te pregunto cuál es el color de tu coche, así lo pienses por diez minutos, diez días o diez semanas, siempre llegarás a la misma respuesta. Del mismo modo puedes pensar en esta propuesta por diez minutos, diez días, o incluso diez semanas. **Siempre llegarás a la misma conclusión: que nunca es un error ahorrar dinero.** *¿Sería posible tomar la decisión de comprar hoy?*

18. [Nombre del prospecto], tú y yo lo hemos estando pensando desde que nos conocimos. Sabes que esta es una oportunidad espectacular, te gusta el producto, y sabes que te ahorrará dinero. *¿Por qué no proceder ahora mismo?*

19. ____
____
____
____

20. ____
____
____
____

“Tengo Que Hablar Con Mi Jefe/a Acerca De Esto...”

1. Me parece bien. Y si lo que quieres es venderle la idea de comprar este producto, sugiero que vayamos juntos, así podré ayudarte con cualquier pregunta que pueda tener. Te aseguro que no será ningún inconveniente para mí, es mas, lo haré de sumo agrado.

2. Por supuesto. **¿Cuáles son algunas de las ideas que discutirás con ella?**

3. **Puedo ayudarte a ahorrar tiempo.** Veámoslo ahora y podremos finalizar los últimos detalles del contrato hoy mismo. ¡De esta forma podrás comenzar a disfrutar de los beneficios de este producto aún más rápido!

4. **Puede que te lleve un tiempo aprender mi presentación. Y más tiempo aún para aprender todos los detalles de este producto, para poder así responder satisfactoriamente a todas las preguntas potenciales de tu jefe.** *Puedo ahorrarte tiempo, y me pagan por hacer esto.* Todo lo que tienes que hacer es presentarnos y yo haré el resto. Arreglemos una fecha y hora para encontrarnos.

5. **¿Qué pasaría si agarraras al toro por los cuernos y tomaras la decisión ahora?** De verdad creo que tu jefe te felicitaría por mostrar iniciativa y tener buen juicio a la hora de tomar decisiones.

6. **¿Estás seguro que quieres molestar a tu jefe por un gasto tan pequeño?** ¿Realmente no puedes tomar esta decisión tú mismo?

7. **¿Tu jefa se involucra en <u>todas</u> las decisiones de compra? ¿Cuándo no se involucró?** *¿Piensas que esta sea otra de esas oportunidades en que no deberías molestarla?*

8. **Sabes [nombre del prospecto], yo no trataría de hacer tu trabajo, y aunque te lo agradezco, tú no tienes que tratar de hacer el mío.** ¿Por qué no simplemente arreglar una fecha y hora para que yo hable con él? Por supuesto que me gustaría que tú también estuvieras presente... si así lo deseas.

9. **¿Cuánto tiempo te llevó aprender tu trabajo?** Bueno, me llevó unos dos años aprender mi trabajo. Yo no intentaría hacer tu trabajo, y tú no tienes que hacer el mío. Dame el teléfono de tu jefe, y estaré contento de llamarlo. *¿Cuál es su número?*

10. Por qué no vas a hablarle ahora, mientras yo espero aquí. Si tiene alguna pregunta, la responderé de sumo agrado.

11. **¿Cuándo hablarás con él?** Me parece bien. ¡Te llamaré mañana en la tarde para averiguar si podemos proceder!

12. ¿Por qué necesitas hablar con ella?

13. **¿Sorprendiste alguna vez a tu esposa/o con un regalo?** *¡Bueno, quizás sea hora de sorprender a tu jefe!* ¡Piensa en lo feliz que estará cuando le digas que compraste esta asombrosa máquina que ayudará a tu empresa a hacer mucho más dinero!

14. **Como te has dado cuenta, nuestros productos son realmente complicados, ¿no es cierto?** No esperaría que memorizaras todos los detalles, hechos, características, y beneficios de nuestros productos. Eso sería absolutamente abrumador. *¿Por qué no vamos juntos, me presentas, y yo hablo con él directamente sobre las partes más complejas?*

15. ______________________________

16. ______________________________

17. ______________________________

18. ______________________________

19. ______________________________

20. ______________________________

“No Podemos Permitirnos Este Gasto...”

1. **Estaría de acuerdo si estuviéramos hablando de un lujo.** Pero, tú y yo estamos hablando de *necesidades*. ¿No estarías de acuerdo que para un negocio como el tuyo, es necesario reducir los costos y mejorar la productividad?

2. [Nombre del prospecto], todos tenemos una limitada cantidad de dinero que podemos usar para comprar cosas, ¿no es así? **De modo que, no se trata de “poder permitirse” este producto, sino de usar el capital de forma diferente.** Hablémoslo una vez más y veamos si podemos encontrar la forma de superar este desafío. Comprendo perfectamente que no tienes un presupuesto ilimitado, es por eso que quiero mostrarte lo económico que puede resultar ser dueño de uno de estos.

3. Esto me recuerda al viejo dicho, “Compramos cosas que no podemos pagar para impresionar a gente que no nos cae bien.” **Pero ahora no estamos hablando de impresionar gente, estamos hablando de mejorar tu productividad.** *¿Qué podría ser más importante que eso?*

4. **Sinceramente, creo que no puedes permitirte el dejar de comprarlo.** Los beneficios de reducir los costos, operación más rápida, mejor servicio, y calidad superior tienen mucho más peso que el costo inicial.

5. Obviamente debes tener una razón para decir eso. ¿Te importaría si te pregunto cuál es?

6. Si existiera una forma en que pudieras amortizar esta compra de forma conveniente, ¿estarías interesado en saber cuáles son las opciones?

7. ¿Es solo un problema de costos? **Si pudieras permitirte el gasto, ¿lo querrías?** ¡Genial! Déjame llamar a nuestro departamento de crédito ahora mismo. Estoy seguro que de alguna forma, podremos diseñar un plan sencillo de pagos, para que puedas finalmente obtener tu máquina.

8. Se lo que en verdad me estás queriendo decir. Lo que estás diciendo es que en realidad esto no es una gran prioridad para ti. **Se que todos encontramos el dinero para las cosas que son realmente importantes, ¿no es cierto?** Déjame mostrarte por qué los muchos beneficios de este producto deberían hacerlo una prioridad básica para ti.

9. **¿En qué gastarás el resto de tu presupuesto?** ¿Qué podría ser más importante que aumentar tu productividad ahora mismo?

10. ¿Quieres decir que no lo puedes pagar ahora... o nunca? Por qué no reservar una unidad ahora a los precios bajos de hoy. Podemos demorar la entrega hasta el próximo cuatrimestre cuando tendrás el dinero. ¿Te parece una idea digna de considerar?

11. **¿Me estás diciendo que no tienes lugar para esto en tu presupuesto?** Entiendo. Se cómo operan los presupuestos de las empresas. Y se que muchas veces se nos ha pagado de diferentes presupuestos. Mientras es cierto que puedas no tener dinero en cierta área del presupuesto, estoy seguro que lo podrás tener en otra. Démosle una mirada a tu presupuesto teniendo esto presente, y veamos si podemos resolver este desafío, ¿te parece bien?

12. **¡Lo que no puedes permitirte es no tenerlo!** Hay un precio que pagar por tener este servicio, y uno por no tenerlo. *El costo de no tenerlo, es mayor que el costo de tenerlo.* Piensa en todas las ventas que puedes perder por no tener la última tecnología — la mejor y más confiable. *¿Realmente quieres pagar ese precio?*

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Compraré Uno Usado.”

1. ¿Te das cuenta que a la larga te costará más caro?

2. **Cuando compras un producto usado, realmente estás corriendo un gran riesgo.** Estás comprando algo que otra persona usó y hasta probablemente abusó. *¿En verdad quieres pagar por los errores de otro?*

3. Puede que ahorres unos pocos dólares en tus pagos mensuales, pero tendrás que pagar mucho más en mantenimiento, reparaciones, y la baja en la productividad mientras está rota. *¿Qué precio preferirías pagar?*

4. **Muchos de nuestros clientes pensaron en comprar un producto usado antes de decidirse a comprar uno nuevo.** Déjame mostrarte por qué decidieron que el equipo nuevo es una mejor compra. Las comparaciones en costo lo harán realmente claro.

5. **Entiendo que quieras ahorrar dinero. A mí también me gusta hacerlo.** Lo que es importante, es decidir el límite que no pasarás. Comprar un producto usado en este campo, es como salir de compras por un dolor de cabeza. *Quizás deberías considerar el modelo más básico para empezar.* ¡Al menos no tendrás ninguna preocupación sobre su confiabilidad!

6. **¿Realmente quieres hacerte esto a ti mismo?** ¿Dejarías de lado a propósito, la protección que te ofrece una garantía de fábrica por tres años completos, nuestra garantía incondicional de rendimiento asegurado, y la última tecnología disponible? *¿Vale la pena perder todo eso... por dejar unos pocos dólares extra en tu bolsillo?*

7. **¿Compras ropa usada?** *¿Por qué no?* Podrías ahorrar algo de dinero al hacerlo. Quizás no lo parezca, pero esta es una situación similar. Puede que ahorres unos pocos dólares comprando mercadería usada. Pero piensa en lo bien que te sentirás tú y todo tu personal sabiendo que has adquirido algo nuevo y de calidad. *¿No mereces acaso darte el placer de poseer mercadería nueva?*

8. **¿Has comprado alguna vez una máquina usada de este tipo? Bueno, muchos de nuestros clientes lo han hecho.** Déjame decirte lo que aprendieron. *La maquinaria usada puede ser una buena compra en algunos campos, ¡pero definitivamente no lo es en este!* Nunca conocí a nadie que haya comprado una máquina usada, y estuviera verdaderamente satisfecho con ella. Aprende y benefíciate de su experiencia. No cometas ese error. ¡Asegúrate de comprar una máquina nueva!

9. **¿Dónde encontrarás una máquina usada como esta? Raramente aparecen a la venta.** Cuando aparecen, es usualmente un modelo sumamente maltratado o simplemente roto. En lugar de esperar meses para encontrar una máquina usada, que probablemente no estará en condición de ser usada, ¿no tiene más sentido comprar una máquina nueva ahora mismo?

10. ¿Piensas comprar un producto usado? No me lo estás diciendo en serio, ¿verdad?

11. ¿Compraste alguna vez algo usado que fuera *realmente* bueno? ¿Que no te costara un ojo de la cara para hacerlo funcionar? *¿No?* ¿Por qué piensas que esto será diferente?

12. **¿Vas a comprar una máquina usada? ¿Es solo una cuestión de dinero?** Si es así, déjame llamar a nuestro departamento de crédito ya mismo. Estoy seguro que podremos arreglar un buen plan de pagos para que puedas tener la nueva máquina que en realidad quieres. *¡Los pagos mensuales serán tan bajos como los de una máquina usada!* ¿Qué tal si llamo a nuestro departamento de crédito ahora y averiguo cuánto será el pago mensual?

13. **¿Crees que una máquina usada será segura para tus empleados?** ¿Crees que podrás obtenerla con el historial completo de reparaciones? Probablemente no. ¿Podrás dormir tranquilo sabiendo que tus empleados pueden estar operando maquinaria peligrosa? ¿No tiene más sentido conseguir maquinaria nueva y confiable?

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Quiero Obtener Un Par De Precios Más Antes De Decidirme.”

1. **Entiendo que estás en busca de cierto precio y quiero ayudarte.** *Lo importante es tener bien claro qué es específicamente lo que estás buscando.* Verás, la compra de un producto como el que estás considerando, es como comprar un medio de transporte. Puedes comprar un coche, un avión, o una bicicleta. Así que, ¿qué es exactamente lo que quieres y necesitas?

2. Claro que si. **Te exhorto a que hagas exactamente eso antes de tomar tu decisión final.** Dime, *¿qué otras marcas has considerado que sean capaces de satisfacer tus necesidades?* Comparemos sus características y beneficios.

3. Me agrada que me hayas dicho eso, pues muestra que eres un comprador experimentado. **Tengo la lista de precio de nuestros principales competidores aquí mismo.** Ahorremos tiempo y revisémosla ahora.

4. **¿Serás el único evaluando beneficios y precios, o alguien más estará involucrado?** (<u>Espera la respuesta</u>.) Si tu socio también será parte de esta decisión, les debo a ambos explicarles las varias características y beneficios, absolutamente únicos de este producto. ¿Cuál es el teléfono de tu socio? Lo llamaré esta misma tarde.

5. Obviamente, debes tener una razón para querer obtener un par de precios más. *¿Te importa si te pregunto cuál es?*

6. **¿Es precio el criterio más importante para ti?** Si solo estás buscando un producto barato, puedo decirte ahora mismo quién tiene el producto más barato. También tienen la peor garantía y la calidad más baja. ¿No estás en realidad interesado en el <u>valor</u> que puedes obtener por tu dinero? *¿Puedo mostrarte por qué somos los que ofrecemos mejor relación entre calidad y precio?*

7. ¿Quieres conseguir un par de precios adicionales? ¡Me parece genial! Te llamaré mañana y conversaremos sobre lo que encontraste. ¿Te parece bien? ¡Buena caza!

8. ¿Quieres conseguir un par de precios más? **Me contaste que pasaste dos semanas buscando y comparando productos en este campo.** Y supongo que tu tiempo es muy valioso, ¿no es así? ¿Cuánto más de tu valioso tiempo gastarás en conseguir información y precios sobre este producto? *¿No tienes realmente suficiente información para tomar la decisión hoy?*

9. **¿Es solo un problema de dinero? Si es así, déjame llamar a nuestro departamento de crédito ahora.** Estoy seguro que podemos arreglar un plan de pagos con los que te será fácil vivir.

10. ¿Quieres buscar más precios? ¿Por qué gastar tanto tiempo y energía en esto? Estoy seguro que alguien como tú toma decisiones más importantes que esta todos los días, ¿no es cierto? *¿Por qué no agarrar al toro por los cuernos y tomar la decisión ahora mismo?*

11. ____
____
____
____

12. ____
____
____
____

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Tengo Que Recibir Dos Presupuestos Más.”

1. Entiendo que quieras comparar los precios, calidad, y beneficios que cada producto ofrece. Siempre le digo a mis clientes que deben hacerlo. Déjame hacerte una pregunta.... **Basado en lo que te acabo de mostrar, ¿cuáles son algunas de las razones a favor y en contra para proceder con nuestra propuesta?**

2. **No te culpo por mirar lo que hay disponible.** Y me estaba preguntando... ¿qué criterio estás usando para comparar estos presupuestos? ¿Cuáles son los requerimientos claves que el producto debe tener?

3. Si buscas hasta el cansancio puede que encuentres a alguien que, a primera vista, parecerá menos caro. **Pero tendrán que recortar en algo. Puede que sea en la calidad, o en el servicio que te brinden.** *¿Estás dispuesto a aceptar esto, o te gustaría ahorrar dinero recibiendo la mejor calidad y el mejor servicio?*

4. Me alegro que hayas sacado el tema. **Cuando comparas precio y rendimiento, la elección lógica es nuestra empresa.** He estudiado los precios de otras empresas durante años, y no encontré ninguna que brinde mejor calidad y mejor servicio, a un mejor precio.

5. **Hay tres posibilidades al conseguir otros presupuestos.** La primera, es que puedes tomarte todo ese trabajo y darte cuenta que somos más baratos. *¿Comprarías si fuéramos más baratos?* La segunda posibilidad es que los precios sean iguales. *¿Nos comprarías entonces a nosotros en este caso?* La tercera posibilidad es que nuestros precios sean más altos. En ese caso tú y yo podemos discutir qué elemento remover de nuestra propuesta para ahorrarte dinero. **No importa lo que averigües de los otros presupuestos, tenemos que hablar.** ¿Me llamarás tan pronto como los tengas?

6. **Sabes, he tenido ofertas de trabajo de varias compañías en la industria.** Quiero contarte algo acerca de mí. Soy básicamente una persona perezosa. *Me gusta vender el mejor producto disponible al mejor precio.* Esa es la razón por la cual todavía estoy con esta empresa. Nadie más tiene un producto que pueda igualar al nuestro en precio y calidad. ¿Por qué no te beneficias de todos mis años de investigación y te decides a ir con nuestra empresa? Te garantizo que no podrás encontrar una mejor propuesta.

7. **Esto es cambio chico para alguien como tú, ¿no es verdad?** ¿Por qué perder tanto tiempo en una decisión tan pequeña? ¿No puedes decidirte hoy con toda la información que tienes?

8. Muchos de nuestros clientes ha recibido presupuestos de todos los lugares disponibles. Mira, aquí tengo copias en mi maletín. Échale un vistazo a estos presupuestos. ¡Verás que ninguna empresa ofrece lo que nosotros ofrecemos! Toda la búsqueda y el trabajo que involucra está ahora frente a ti. *¿No te es posible decidirte ya?*

9. **¿Qué pasaría si no consiguieras los presupuestos?** ¿Se acabaría el mundo? ¡Por supuesto que no! Has tomado decisiones más grandes que esta sin apoyarte en múltiples presupuestos y todo el tiempo y esfuerzo que implica comparar punto por punto cada una de las cosas ofrecidas. **Tomemos la decisión ahora y sácate esto de encima, para poder atender cosas que realmente requieren tu atención.**

10. Me parece bien. Continúa con tu investigación y obtén los otros presupuestos. Cuando los tengas, habla nuevamente conmigo. Si puedes encontrar una propuesta mejor que la nuestra — y no creo que puedas — ¡la igualaré punto por punto y hasta te daré algo extra!

11. ____
____
____
____

12. ____
____
____
____

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

“No Tengo Dinero Para Esto...”

1. Puedo entender cómo te sientes. **Y usualmente cuando decimos que no tenemos el dinero, en realidad queremos decir que nos gustaría esperar hasta que aparezca esa rara y excepcional oportunidad, ¿no es verdad?** Déjame decirte, esta es una de esas raras y excepcionales oportunidades.

2. Entiendo y respeto lo que dices. **Se que no tienes el presupuesto de Microsoft.** ¿Si pudiera mostrarte dos formas en las que el producto realmente se pagará a si mismo... estarías interesado en saber cuáles son?

3. ¿Eres conciente de lo poquito que cuesta por mes ser dueño de uno de estos?

4. **No tienes que darnos tu dinero.** De hecho, nosotros podemos darte el dinero para que seas dueño de este producto. Tenemos dos convenientes planes de financiación que se ajustarán perfectamente a tu situación.

5. **Este producto no te costará dinero, te hará generar dinero.** Así que la verdadera pregunta es, ¿cuánto podrás separar de tus futuras ganancias? Es decir, ¿será lo suficiente para que lo puedas pagar al contado o deberás financiarlo?

6. Esa es exactamente la razón por la que deberías comprar ahora. Este producto está diseñado para gente que no tiene dinero, pero tiene el deseo de superar esa situación. Este producto te ayudará a crear dinero.

7. Estoy seguro que conoces el viejo dicho, *“El dinero atrae más dinero.”* Y podemos decir algo similar sobre nuestro producto, “Nuestro producto atrae dinero.” **Es como tener una máquina de hacer dinero.** Cada hora de operación pondrá US$ 23 en efectivo en tu bolsillo. ¿Cómo podrías permitirte estar sin él? ¿Podemos darle el visto bueno al papeleo hoy mismo?

8. *¿En qué estás gastando todo tu dinero?* Déjame mostrarte cómo nuestro producto/servicio puede ahorrarte dinero. **Cuando vuelva aquí en tres meses, realmente quiero que me digas, “¡tengo mucho dinero!”** Y se que nuestra máquina ayudará a ponerte en esa posición. ¿Puedo mostrarte cómo?

9. **¿Sabías que puedes vender algunas de estas máquinas viejas y tener suficiente dinero para comprar una nueva?** ¡Es fácil! Déjame mostrarte cómo se hace.

10. ¿No tienes nada de dinero? ¿Absolutamente nada? Ah, tienes algo de dinero...

11. No tienes nada de dinero *ahora*, ¿o nunca más tendrás dinero? Ah, muy bien. **¡Tendrás algo de dinero en el futuro!** ¿Cuándo piensas que tendrás el dinero? Perfecto, te llamaré unas semanas antes de esa fecha, para que puedas comenzar a disfrutar del producto cuanto antes.

12. Si tuvieras el dinero, ¿lo querrías? Muy bien. Dado que la quieres, ¡déjame mostrarte cómo podemos ayudarte a pagarla!

13. Bueno, puede que no tengas nada de dinero. Pero, ¿hay alguien más en esta empresa que tenga un presupuesto para comprar un producto que tanto se necesita? ¿Quién? ¿Cuál es su teléfono? Correcto. ¡Lo llamaré hoy mismo!

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

18. ____
____
____
____

19. ____
____
____
____

“¿Por Qué Debería Comprar Tu Producto Cuando Puedo Conseguir Uno Similar Por Mucho Menos?”

1. **¿Te gustaría que te representara un abogado que cobra mucho menos que la tarifa normal?** ¿Digamos, uno que cobra US$ 10 la hora en lugar de US$ 100? *¿No estarías un poco preocupado con lo que en realidad te costaría a la hora del juicio?*

2. Si los productos de nuestros competidores cuestan mucho menos, ¿qué es lo que eso te dice? **Tal vez realmente sepan cuanto valen en verdad sus productos.**

3. Me alegra que hayas sacado el tema, porque muchos de mis clientes hicieron comentarios similares antes de comprar nuestro producto. **Encontraron que nuestro precio es más alto, y sin embargo, aún así les pareció una ganga.** Déjame darte los nombres y teléfonos de algunos de nuestros clientes. ¡Deja que te digan con sus propias palabras por qué valemos mucho más de lo que cobramos!

4. Es cierto. Puedes conseguir cualquier producto por mucho menos. **Puedes conseguir una imitación de un Rolex por menos de US$ 50.** La pregunta es, *¿estarás contento con una copia cuando puedes tener el original?*

5. **Cuando necesitas un tratamiento médico, ¿simplemente buscas el más barato?** ¡Por supuesto que no! ¿No sospecharías si un doctor cobrara solo US$ 15 la hora? *¿Y no es acaso esta compra tan importante como un tratamiento médico?* Después de todo, ¡tendrá una influencia directa en la salud de tu empresa! Compra nuestro producto y tu empresa será aún más saludable.

6. Puede que el otro producto se vea similar, ¡pero definitivamente no lo es! **Ambos sabemos que las apariencias engañan.** Y como dice el dicho, *“no se puede juzgar a un libro por la tapa”* ¡Déjame mostrarte por qué nuestro producto es ampliamente superior!

7. **Sabes, el vino barato se ve muy similar al caro.** Sin embargo, ¡hay una gran diferencia! Es lo mismo con nuestros productos. *Puede que algunos parezcan similares a primera vista, ¡pero son tan diferentes como el día y la noche!* ¡Déjame mostrarte por qué somos el líder en la industria en calidad y confiabilidad!

8. Si bien el producto puede verse similar, **¡el servicio y la garantía son completamente diferentes!** Ofrecemos una garantía completa y servicio en el día. Tendrás nuestra máquina trabajando y produciendo para ti virtualmente las 24 horas del día. ¿Cuánto vale eso para ti?

9. **¿Eres el más barato en tu ramo?** *¿No?* Bueno, ¿qué respondes cuando la gente te dice que puede conseguir tu producto por menos? ¿No estamos en una situación similar aquí? *Tú y yo somos parecidos. No hacemos cosas de la forma más barata. ¡Creemos en ofrecer calidad!* ¿No deberías en verdad estar negociando con nosotros?

10. **¿Cuánto menos cuesta el otro producto?** *US$ 700.* ¿Por cuánto tiempo piensas tener este producto? *10 años.* Haciendo un rápido cálculo... ¿te das cuenta que tener lo mejor es solo una diferencia de 20 centavos por día? ¿Puedes pagar 20 centavos extra por día para tener lo mejor?

11. ____
____
____
____

12. ____
____
____
____

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

17. ____
____
____
____

“Dame Un Diez Por Ciento De Descuento Y Lo Compro Ahora...”

1. **Sabes, cuando empecé mi negocio decidí siempre dar el mejor precio posible desde el principio.** Esta es la única forma en que puedo mantener mi integridad. *He decidido que es mejor pedir disculpas una sola vez por haberme comprometido a brindar la mejor calidad, que estar forzado a disculparme de por vida por una mala fabricación.*

2. **Si me das una orden por diez, puedo darte un diez por ciento de descuento.** Si ordenas solo uno, tienes que pagar el mismo precio que pagan todos mis clientes. *¿Te gustaría ordenar diez?*

3. **[Nombre del prospecto], nuestro precio está basado en el uso de materiales de alta calidad, diseño superior, excelente fabricación, y gran durabilidad. Es ahí dónde está exactamente tu descuento.** *Ahorrarás más del 10% con nuestro producto durante su vida útil debido a menos reparaciones, bajo mantenimiento, y menos dolores de cabeza.*

4. **Si hubiera un método menos caro de producir el producto que quieres, nos gustaría ser los primeros en proponerlo.** Nosotros ya fabricamos al precio más bajo posible, y vendemos al precio más bajo posible. *Ahora que entiendes esto, ¿podemos autorizar el papeleo para que te conviertas en el dueño de uno de éstos?*

5. **[Nombre del prospecto], fabricamos nuestro producto de acuerdo a un estándar de calidad — no de acuerdo al precio más barato posible.** Se puede fabricar un producto más barato, pero en nuestra experiencia no vale la pena. Este es un diseño probado que te da 100% de satisfacción — no un 84%. Ahora que entiendes nuestro compromiso con la mejor calidad, ¿te parece que este es el producto que tu empresa se merece?

6. **¿Ofreces un 10% de descuento en todo lo que tú vendes?** *¿No?* Bueno, nosotros tampoco. ¿Por qué esperarías que hiciéramos algo por ti que tú no estás dispuesto a hacer? Estoy seguro que no te parece justo. Dime, ¿tienes alguna otra razón por la que estás dudando?

7. **¿Confiarías en un doctor que ofrece descuentos? ¿Confiarías en un abogado que tiene que ofrecer descuentos para conseguir casos?** No, ¿verdad? Bueno, nosotros también conducimos nuestro negocio de forma profesional. Y como otros profesionales, cobramos un precio justo y no damos descuentos. *En su lugar, damos un servicio de insuperable calidad.* ¿No es eso lo que en realidad quieres?

8. ***¿Ferrari* da descuentos?** No que yo sepa. Se nos conoce como los *Ferrari* del ramo, y sin embargo nuestros precios ya son de oferta. ¿Qué más podrías querer? ¿Qué te parece si tomas ventaja de esta gran oportunidad hoy mismo?

9. **Nunca hemos dado descuentos en el pasado. No damos descuentos ahora. Nunca daremos descuentos en el futuro.** Todos nuestros clientes compran exactamente al mismo precio, pues consideramos que esa es la forma justa de proceder. Ahora que sabes que nadie jamás obtendrá este producto a un precio más bajo que tú, ¿podemos seguir adelante con tu pedido?

10. **Más de 3.000 personas ya compraron nuestro producto y ninguno recibió un descuento.** ¿Por qué crees que toda esta gente lo compró a pesar de no recibir ningún descuento? ¿Te gustaría saber cómo se beneficiaron con nuestro producto?

11. **¡El precio que te he dado ya incluye un 20% de descuento!** Nuestro precio estándar es US$ _____. Así que ahora que sabes que has obtenido el doble de descuento de lo que querías, encarguémonos del papeleo y te enviaremos la máquina inmediatamente.

12. ____
____
____
____

13. ____
____
____
____

14. ____
____
____
____

15. ____
____
____
____

16. ____
____
____
____

“Tienes Que Mejorar Tu Oferta...”

1. Entiendo que quieras un precio más bajo, y estaremos más que satisfechos de reducirlo al nivel que tienes en mente. **Revisemos las opciones que te gustaría cortar de nuestra propuesta, así podremos cumplir con tus necesidades.**

2. Fabricamos nuestro producto de acuerdo a un estándar de calidad, no de acuerdo al precio más bajo. Un precio más bajo impediría que nos mantuviéramos en el negocio, lo cual quiere decir que no podríamos ofrecerte el respaldo que necesitas en el futuro. **Cuando le compras a las empresas más baratas del ramo, estás comprándole a empresas que puede que se vayan a la quiebra el próximo año.** ¿No te preocupa eso? ¿No deberías comprar nuestro producto y estar tranquilo?

3. Si, podemos ofrecerte un mejor precio si haces una compra más grande.

4. **Aprecio tu sentido del humor. ¿Qué podría ser mejor que a ras del piso?** *Verás, nuestra política es dar nuestro mejor precio desde el principio.* Hemos construido nuestra reputación basados en alta calidad e integridad — y estamos convencidos de que esta es la mejor póliza.

5. **Te daré con sumo agrado los nombres de varios de nuestros clientes, para que puedas averiguar exactamente cuánto pagaron por nuestro producto.** *Verás que es exactamente el mismo precio que te estoy ofreciendo ahora.* No podríamos mantener nuestra reputación si no fuéramos justos con todo el mundo.

6. **Aprecio la oportunidad de clarificar nuestra propuesta.** Obviamente, debes tener una razón para enfocarte exclusivamente en el factor precio. Revisemos claramente lo que recibirás...

7. ¿Tengo que mejorar nuestra oferta? **¿Qué quieres decir exactamente con mejorar?**

8. ¿Tengo que mejorar? ¿Quieres una garantía de servicio más extensa? ¿Un precio más bajo? ¿Mantenimiento gratis? **Dime exactamente qué quieres, ¡y haré todo lo que pueda para satisfacerte!**

9. **Este mismo trato ha satisfecho plenamente a más de 2.000 empresarios. Dime, ¿por qué no es lo suficientemente bueno para ti?**

10. ¿"Yo" tengo que mejorar nuestra oferta? **¿Podrías encontrar alguna otra empresa que pueda igualar lo que acabo de proponerte?** Si encuentras a alguien que te de una mejor oferta, tráemela y hablaremos. *¡Se por seguro que te he dado la mejor oferta en la industria!*

11. **No puedes mejorar algo que es perfecto.** ¿Qué es lo que piensas que queda por mejorar?

12. ____

13. ____

14. ____

15. ____

16. ____

17. ____

18. ____

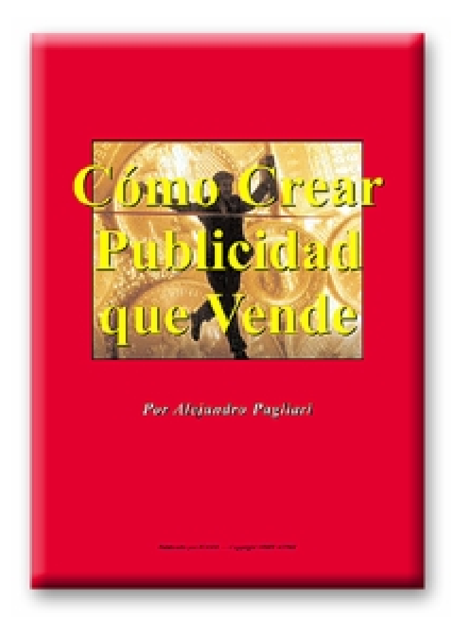
19. ____

RECURSOS RECOMENDADOS

La siguiente es una selección de Libros Electrónicos y Reportes Confidenciales que complementan y te ayudarán a expandir lo que aprendiste en **El Libro Maestro de los Guiones de Venta**.

Cómo Crear Publicidad que Vende

En este **Reporte Confidencial** te enseñaré las técnicas, estrategias e ideas que he usado para crear publicidad que ha generado millones de dólares para mi y mis clientes — técnicas que están en uso en este mismo momento en más de 16 países. Aprenderás a crear publicidad que produzca tantas ventas como tú y tus empleados puedan manejar.



Aquí esta un resumen de lo que descubrirás en este Reporte Confidencial...

- Cómo multiplicar las respuestas de tus anuncios en diarios, revistas, panfletos, catálogos, páginas amarillas, radio, televisión e Internet;
- **Cómo crear titulares que magnetizan los ojos de tus compradores**;
- Por qué el titular es la parte más importante de tu anuncio;
- Cómo dejar a tus competidores rascándose incrédulamente la cabeza diciendo, "¿¡Cómo es que lo hace!!?"
- **El Secreto de cómo "seleccionar" a tus mejores prospectos**;
- Cuales son los titulares que más llaman la atención y como diseñarlos científicamente;
- Cómo **garantizar** el éxito de tu anuncio;
- Cómo y cuando personalizar tus anuncios de acuerdo al tipo de audiencia a la que van dirigidos;
- **Cómo escribir un titular cautivante... ¡aunque nunca hayas escrito uno en tu vida!**;
- Por qué siempre debes usar lenguaje simple al escribir tu publicidad;
- Las **37 palabras y frases** del idioma español que logran *persuadir* a los prospectos más escépticos;
- **20 titulares que vendieron cientos de miles de dólares de productos** para sus creadores;
- Cómo adaptar titulares exitosos para tus propios productos o servicios;

- La forma más rápida de optimizar tus titulares;
- Qué es lo que la gente compra en realidad *(pista:* no es productos o servicios);
- **35 fórmulas inapreciables (casi mágicas) para crear Súper Titulares** y comienzos de anuncios — ¡estas fórmulas hacen que escribir titulares sea tan fácil como preparar café instantáneo!;
- Los 14 motivadores que impulsan a tus clientes a sacar su billetera y comprar;
- 5 formas para "encontrar" ideas para tu publicidad;
- **Las 8 Reglas Secretas para escribir el texto de tu anuncio**;
- 4 fórmulas probadas para hacer que tus clientes compren YA;
- 6 técnicas para empezar a escribir tu aviso... ¡aunque no se te ocurra nada!; y,
- Análisis de un aviso que generó miles y miles de dólares para sus creadores — el cual puedes adaptar para tu propia empresa.

Sin importar el tipo de producto o servicio que proveas, la información revelada en este reporte te mostrará como generar un flujo constante de dinero cada semana. Y con el producto o servicio correcto es posible crear una carta o anuncio que genere un millón de dólares — o más...

Cómo Crear Publicidad que Vende también viene respaldado por una...

Garantía de Satisfacción Total.

Si piensas que este Reporte no vale por lo menos **100 veces** lo que has pagado por él, tienes 3 meses enteros para enviarme un e-mail a mailto:devolver@icime.com diciendo que quieres la devolución total de tu dinero. Obtendrás el reembolso inmediato de tus US$ 37. Sin preguntas. Sin problemas.

Recuerda, los métodos que describo en este reporte son probados. Han generado cientos de miles de dólares para compañías en más de 150 industrias diferentes. Por lo tanto, ¡es muy factible que valgan US$ 37 para ti!

Para ordenar tu copia haz clic en el siguiente enlace:

http://alejandropagliari.com/catalogo/product_info.php?products_id=36

ARCHIVO SECRETO

Con **ARCHIVO SECRETO: Todas las Frases, Fórmulas y Estructuras que Necesitas para Crear Publicidad que Produzca Millones de Dólares en Ventas**, podrás armar cientos de cartas y avisos que produzcan resultados garantizados para ti — cada vez que las envíes o publiques. Sin importar que seas el dueño de una práctica profesional, una compañía de servicios, una tienda, un fabricante, restaurante o aún un negocio al por mayor — estas cartas aumentarán tus resultados finales. Punto.

Una anécdota sobre este libro...

Este fascinante manual empezó siendo un recurso personal para usar cada vez que me sentaba a escribir material para algún cliente o para mi propia empresa. De hecho, no estaba planeando en hacerlo accesible al público hasta que un colega prácticamente me rogó, "Por favor, ¡tengo que tener una copia!"

La verdad es que este es el tipo de recurso por el que yo hubiera pagado una pequeña fortuna cuando estaba empezando mi carrera.

Hasta el momento, solo unos pocos afortunados han tenido acceso a este **ARCHIVO SECRETO** — y por primera vez, ahora tú también lo podrás tener.

Veamos ahora una selección de los elementos que encontrarás en este libro electrónico:

- **78 Formulas Para Crear Titulares y Comienzos de Cartas y Avisos que Detienen, Atrapan y Convencen… y Hacen que los Lectores Rueguen por Más —** El titular es sin lugar a dudas la parte más importante de tu carta. Y el primer párrafo tiene que fascinar al lector... o este dejará de leer. Las 78 fórmulas presentadas en este archivo son inapreciables, casi mágicas. Son lo más cercano a una garantía de éxito, pues harán que el resto de tu aviso sea leído — incrementando así *drásticamente* la posibilidad de hacer más ventas.

- **Los 100 Titulares Más Exitosos de la Historia de la Publicidad —** Encontrarás aquí una colección de 100 titulares que han generado ventas multimillonarias para sus creadores. Podrás "modelar" tus propios súper exitosos titulares basándote en ellos.

- **25 Salutaciones que Funcionan —** La mejor salutación es el nombre del lector, pero si tu presupuesto no es suficiente para personalizar la carta, puedes elegir elementos de esta lista que han aparecido en las cartas más poderosas y convincentes del mundo.

- **198 Elementos de Transición y Conectores —** Esta es mi sección favorita de todo el manual. Las transiciones y los conectores hacen que tus lectores se "deslicen" de un párrafo a otro — y los van moviendo hacia el final de tu carta o aviso. Transiciones y conectores son de crítica importancia, pues incitan y obligan a tus lectores a continuar leyendo. Si los quitas de tu carta, ésta sonará cortada e inconexa. Úsalos para comenzar párrafos, o como un párrafo de una sola oración. Solamente esta sección vale el precio entero de este libro.

- **77 Frases y Palabras Magnéticas en Marketing —** Ciertas frases y palabras han probado una y otra vez que pueden multiplicar las respuestas de tus avisos. Ahora tendrás una referencia de palabras y frases probadas que podrás usar repetidamente en tus avisos para obtener resultados inmediatos.

- **26 Formas Poderosas de Enunciar Tu Garantía —** Una garantía bien escrita puede multiplicar tus ventas. Es cierto. Y en lugar de caer en la típica "satisfacción garantida", puedes usar estos ejemplos para hacer que más lectores acepten tu oferta.

- **30 Ejemplos de Como Cerrar la Venta, ¡Para que el Lector Saque la Billetera y Compre! —** Como en toda presentación de ventas, el momento más crítico es "el cierre." Es aquí donde ocurre la acción. Muchos lectores miran primero quien firmó la carta antes de siquiera empezar a leerla, es por eso que es importante tener una conclusión que despierte interés. Con frecuencia, esto atrapa al lector que está chequeando quién le ha enviado la carta. Los 30 ejemplos incluídos en este grupo son una muestra invaluable de como concluir cartas de marketing directo para maximizar tus ventas.

- **12 Formas de Concluir Cartas —** Siempre es posible terminar la carta con "Se despide atentamente," pero si quieres agregarle un toque más personal o mayor variedad, usa los ejemplos de esta sección.

- **27 P.D. con Peso, que Hacen que tus Prospectos Compren —** La P.D. de tu carta es crítica. Es tu última chance de convertir a un prospecto en cliente. Y ahora tienes 27 ejemplos probados para persuadir al lector indeciso a ordenar tu producto inmediatamente.

en Ventas es una colección invaluable — y tan pronto como decidas probarlo descubrirás qué es lo que hace que mi publicidad sea una de las más efectivas del mundo. Pero aún más importante, te preguntarás cómo tu empresa sobrevivió todo este tiempo sin él.

> **"Esta innovadora colección de frases y palabras mágicas puede convertir un hecho sin importancia en un fenómeno publicitario, un documento con solo buenas intenciones en uno irresistible, y un aviso aburrido en un imán de atraer clientes…"**

¿Cuál es el costo de este asombroso libro?

Primero, date cuenta que el **ARCHIVO SECRETO** podría venderse por miles de dólares. De hecho si me contrataras para que escribiera una sola carta de ventas para tu empresa, te costaría un mínimo de US$ 15.000 más un porcentaje de las ventas generadas.

Pero no tendrás que invertir nada ni siquiera cercano al precio mínimo por proyecto. De hecho, tu inversión total es solo US$ 197 (197 EUROS). El dinero que ganes como resultado de usar este recurso puede re-embolsarte cientos (probablemente miles) de veces tu modesta inversión.

Pero aún hay más, como todos mis productos el **ARCHIVO SECRETO** está respaldado por una…

Garantía de Satisfacción Total — ¡100% sin riesgo para ti!

Te garantizo personalmente que si haces un esfuerzo honesto y armas solo unas pocas cartas de venta para tu empresa, producirás por lo menos ganancias equivalentes a 100 veces el costo de este libro. Y tienes 3 meses enteros para probarte a ti mismo que estos modelos realmente funcionan. Pero si no estás 100% satisfecho — por cualquier motivo — envíame un e-mail a mailto:devolver@icime.com y obtendrás la devolución total de tu dinero de inmediato. Sin preguntas. Sin problemas.

Esto significa que puedes probar este libro bajo mi propio riesgo, mientras decides si funciona para ti o no. Y si no produce los resultados esperados, honestamente quiero que me pidas que te devuelva el dinero.

No hay absolutamente riesgo alguno de tu parte. El peso de cumplir con lo prometido recae sobre mis hombros. Si no obtienes ganancias inmediatas usando estas cartas instantáneas entonces yo saldré perdiendo, no tú.

¡DETÉNTE por un minuto! — y figúrate qué más fácil será tu vida cuando empieces a usar el **ARCHIVO SECRETO** para ayudarte a escribir tus promociones. Imagina todo el tiempo que ahorrarás, y cuánto más

dinero harás ni bien tomes ventaja de esta gran oferta. Piensa en todos los avisos, titulares y finales que podrás despachar rápidamente una vez que tengas en tus manos este manual.

Míralo de esta forma — US$ 197 es solo una gota en el océano comparado al dinero que perderás al usar promociones de marketing inefectivas este año. Debido a esto… **realmente no puedes darte el lujo de dejar de invertir en este ARCHIVO SECRETO**.

Prepárate para tener una inundación de nuevos clientes, hacer que compren una y otra vez, y recomienden a otros — simplemente usando estas fórmulas, frases y estructuras probadas por mi y mis clientes en más de 16 países. ¿Por qué no dedicar 20 minutos para crear una carta de venta que produzca resultados colosales para tu empresa? Ordena ahora haciendo clic en el siguiente enlace:

http://alejandropagliari.com/catalogo/product_info.php?products_id=42

Negociar para ¡GANAR!



El pilar de mi filosofía para el éxito personal y empresarial es **saber cómo comunicarse efectivamente con otras personas**. Y saber cómo negociar es una parte crítica de las técnicas de comunicación interpersonal.

Las estrategias correctas de negociación te permitirán ahorrar y/o ganar cientos de dólares en cada una de las transacciones que tanto tú como tus vendedores hacen *diariamente*. Al cabo de un año esta es una diferencia de decenas de miles de dólares en tus ganancias — dinero que pierdes cuando eres ignorante en el área de negociar.

Al crear este nuevo Reporte Confidencial asumí que la persona que lo lea empieza desde cero en el arte de negociar profesionalmente y, en mi experiencia, esta es una suposición acertada — ya que muy poca gente domina este arte.

Y esto presenta una oportunidad muy lucrativa para ti…

En este momento todas las cosas que deseas están en posesión o bajo el control de alguna otra persona — y es muy probable que estas personas conozcan algunas de las técnicas de negociación… pero no todas. Una vez que leas este reporte podrás usar tus nuevas habilidades para negociar un acuerdo en el que, no solo tú obtendrás lo que quieres, pero la otra persona esté satisfecha de haber negociado contigo.

Y aquí hay otra razón por la que deberías aprender estas técnicas: hay gente que desea lo que tú tienes, y tienen la habilidad para conseguirlo de ti sin que siquiera te des cuenta de lo ocurrido.

En este Reporte Especial descubrirás varias formas de cómo defenderte de las maniobras de tus oponentes. Aprenderás a cómo ser imparable en toda negociación recibiendo constantemente concesiones de tus oponentes.

Muchos empresarios obtienen solo parte de lo que quieren en una transacción, y en el proceso *exasperan* a sus oponentes. Un negociador eficiente sabe cómo crear acuerdos en que las dos partes ganan, los acuerdos se mantienen, y sus oponentes quieren negociar con ellos nuevamente.

Las técnicas que aprenderás en **Negociar para ¡GANAR!** te permitirán obtener los mejores acuerdos con vendedores, proveedores, agentes,

promotores, clientes, socios y hasta tus familiares. Podrás negociar grandes descuentos y obtener extras en prácticamente cualquier transacción.

Por ejemplo, usando estas mismas técnicas siempre obtengo un descuento para avisos en diarios y revistas del 35% al 80% — tanto para mí como para mis clientes.

El reporte tiene ejemplos de cómo negociar las siguientes cosas: electrodomésticos, autos, impresoras, salas de conferencias, avisos, baterías de cocina, casas, y otros más. Todos ellos son usados como modelos y pueden ser adaptados para cualquier servicio o producto.

En Negociar para ¡GANAR! descubrirás 22 estrategias que deben estar en la armería de todo negociador profesional...

1. **El Problema Insuperable —** Qué hacer cuando tu contraparte en la negociación te presenta un problema que parece infranqueable;

2. **El Bueno y el Malo —** Los tres contraataques para evitar ser manipulado por una de las técnicas más efectivas de negociación (cuando leas esta técnica descubrirás que la han usado contra ti a menudo);

3. **Mordidas —** Cuál es el momento más vulnerable en una transacción y como sacar ventaja del mismo;

4. **La Autoridad Superior —** Esta técnica es uno de los pilares del negociador profesional y es muy eficaz cuando se combina con las otras;

5. **Dejémoslo de lado —** La técnica que los expertos que negocian con terroristas usan para comenzar la negociación y mantenerla en marcha;

6. **Árbitros —** Esta estrategia es usada frecuentemente cuando hay hostilidad entre las partes que negocian (es una favorita de la gente que negocia tratados de desarme nuclear);

7. **Hacerte el Tonto —** Cuál es una de las peores cosas que puedes hacer en una negociación y que hacer para que tu contraparte te ayude a ganar;

8. **La Fórmula "Sientes, Sentido, Encontraron" —** Cómo lograr lo que quieres evitando enajenar a tu oponente;

9. **Sorpresa —** Siempre, siempre usa esta técnica. Esta sola estrategia me ha ahorrado decenas de miles de dólares en los últimos seis años;

10. **Vas a tener que mejorar esa oferta —** Muchas veces uso esta técnica combinada con la anterior para lograr resultados espectaculares;

11. **La Palabra Impresa —** Cómo utilizar los años de “lavado cerebral” suministrado por la prensa, para maximizar nuestro poder para negociar;

12. **Oferta No Disponible —** Un buen truco para evitar que se aprovechen de ti. Imprescindible para todos tus vendedores;

13. **Me Levanto y me Voy —** Otra estrategia clave que agrega presencia y poder. Obliga a tu contraparte a hacer concesiones;

14. **Intercambio —** Por qué siempre debes *rápidamente* pedir algo a cambio de una concesión. Hará que tus proveedores cumplan con tus órdenes correctamente y a tiempo;

15. **Haz que sea fácil aceptar tu oferta —** Cómo presentar tu oferta de modo que sea aceptada... y tu oponente piense que se lleva la mejor parte;

16. **Reducción al Ridículo —** Excelente para usar cuando se negocian productos de alto precio. También te digo como contrarrestarla;

17. **Cómo Rebajar Precios —** Esencial para que tus vendedores sepan descontar efectivamente;

18. **Señuelos —** En todo momento debes tener los ojos muy abiertos para que no te apliquen esta maniobra letal;

19. **Lo Quiero Todo —** Esta es el sello del buen negociador y debe ser usado en toda negociación;

20. **Partiendo la diferencia —** La clave de esta técnica es en la ejecución. Es sutil pero muy potente;

21. **Comprador/Vendedor No Convencido —** ¡Esta estrategia es más deliciosa que una torta de chocolate! La he usado cientos de veces para hacer negocios fabulosos. Ahora tú también podrás hacer lo mismo; y,

22. **El Criterio Imparcial —** Dos ejemplos te muestran como usar esta técnica para negociaciones críticas.

Descubrirás también...

- Por qué es fundamental crear acuerdos ganar-ganar;
- Las tres características de una negociación exitosa;
- Las etapas de una negociación;
- Por qué negociar no siempre significa rebajar el precio;
- Los cinco tipos de poder — cómo usarlos para ganar y como evitar que sean usados contra ti;
- Los trucos y tretas que pueden ser usados por tus oponentes y como evitar ser una víctima de sus armas sicológicas;
- Donde sentarte en una negociación para controlar la situación;
- Las tres cosas que necesitas para convertirte en un buen negociador; y,
- Mucho, mucho más.

¿Cuál es el costo?

Puedes obtener **Negociar para ¡GANAR!** por sólo US$ 47 (47 EUROS.) Además, como todos mis productos, **Negociar para ¡GANAR!** viene respaldado por una...

Garantía de Satisfacción Total.

Si piensas que este Reporte no vale por lo menos **100 veces** lo que has pagado por él, tienes 90 días para enviarme un e-mail a mailto:devolver@icime.com diciendo que quieres la devolución total de tu dinero. Obtendrás el reembolso inmediato de tus US$ 47. Sin preguntas. Sin problemas.

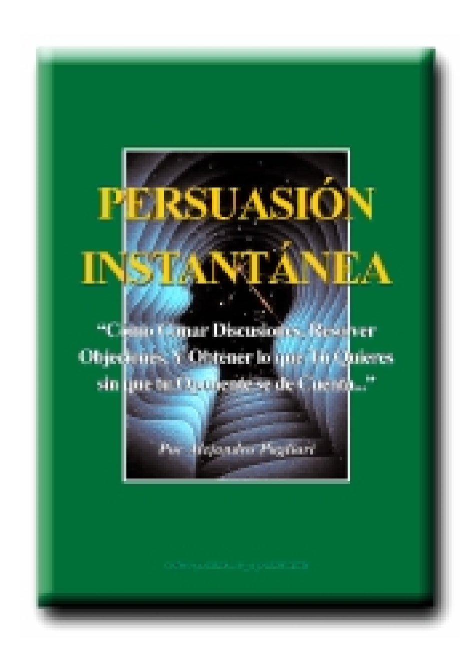
Como sabes, en estos tiempos en que vivimos, los individuos y compañías que utilizan estrategias profesionales de negociación son los que están dejando atrás a sus competidores. Recuerda que en cada recesión económica hay mejores oportunidades que nunca, y utilizando estas poderosas técnicas — usadas por empresarios de alto nivel, y gente que negocia con terroristas y tratados de desarme nuclear — estarás preparado para tomar ventaja de estas oportunidades.

Si estás por comprar o negociar algo importante no salgas a la calle sin haber aprendido estas técnicas.

Ordena ya **Negociar para ¡GANAR!** haciendo clic en el siguiente enlace:

http://alejandropagliari.com/catalogo/product_info.php?products_id=43

PERSUASIÓN INSTANTÁNEA



Hace algunos años, al observar a los grandes comunicadores de nuestra época y estudiarlos con detenimiento, me pregunté, *¿Por qué ellos logran persuadir a quienes les escuchan tan fácilmente?* Fue entonces que comencé a estudiar a los mejores líderes, abogados, oradores, políticos, hipnotizadores, terapeutas, vendedores, negociadores, y a un sin fin de personas que lograban lo que querían de forma **rápida**, **eficaz**, y **elegante**.

Luego de una exhaustiva investigación, descubrí 23 patrones o formas avanzadas de lenguaje que pueden persuadir, convencer, e influenciar en pocos segundos a la persona más cerrada, necia, y negativa. El conjunto de estos 23 patrones es lo que he llamado *Fórmulas de Persuasión Instantánea.*

Verás, el lenguaje altamente persuasivo opera de acuerdo a un *formato estructurado* que podemos aprender a usar. Cuando sabemos cómo hacerlo, podemos utilizar estas fórmulas para mover la conversación en la dirección deseada — **y es esto lo que multiplica nuestro poder de persuasión e influencia**.

El aprender la estructura de las Fórmulas de Persuasión Instantánea, permitirá a un vendedor mantenerse alerta del significado de las objeciones, preguntas y percepciones de su cliente. Entendiendo este significado, el vendedor *controlará* el flujo de la conversación.

Tengo un amigo en ventas al que le enseñé estos conceptos, e inmediatamente comenzó a escribir Fórmulas de Persuasión Instantánea *personalizadas* para lidiar con objeciones y problemas. Hizo esto para familiarizarse con las Fórmulas y para desarrollar elegancia en el manejo de objeciones. Hoy en día es altamente habilidoso en poder usar rápidamente la magia de las Fórmulas de Persuasión Instantánea con sus clientes.

La realidad es que cada persona puede aprender a persuadir e influenciar de forma eficaz. Una vez que aprendas estas fórmulas podrás usar tus nuevas habilidades en la oficina, en la corte, en la cocina, en el dormitorio — en donde sea y cuando sea.

Sin importar cuál sea el producto, situación, objeción, conversación o creencia, el proceso que sigues es siempre el mismo — simplemente completar alguna de las 23 Fórmulas de Persuasión Instantánea. Quienes

utilizamos estas Fórmulas sabemos que ninguna objeción, excusa, o creencia puede resistírseles. Es solamente una cuestión de tiempo. Aplicas una fórmula y ves qué pasa. Luego aplicas otra, y otra, hasta que la objeción simplemente desaparece.

Quienes no conocen las fórmulas, solo pueden ver y escuchar a alguien que responde fluidamente y que convence sin que puedan decir cómo. Es mas, muchos de los que escuchan estas frases están convencidos de que no fueron persuadidos — *que hicieron exactamente lo que ellos querían por idea propia.*

A medida que leas este libro, el poder del lenguaje pasará a estar bajo tu comando. Te mostraré cómo transformar realidades, cambiar paradigmas, reformar el pasado, reestructurar emociones, y alterar la dirección de la vida. Aprenderás cómo funciona esta magia y cómo puedes transformarte en un mago experto en seducción e influencia.

Para cuando termines de leer **PERSUASIÓN INSTANTÁNEA: Cómo Ganar Discusiones, Resolver Objeciones y Lograr lo que Tú Quieres sin que tus Oponentes se den Cuenta**, habrás aprendido 23 formas específicas de cambiar creencias, ideas, y excusas. De ahora en más cuando alguien te de una objeción "insuperable," podrás automáticamente responderle con una frase que los deje con la boca abierta, desorientados y pensando, "¿De dónde salió esto, cómo lo hizo?" En cualquier encuentro verbal — ya sea oral o escrito — tendrás una ventaja sorprendente sobre tu oponente al estar armado con las Fórmulas de Persuasión Instantánea. NADA se les puede resistir.

Lee atentamente cada capítulo de **PERSUASIÓN INSTANTÁNEA**. Empieza a practicar tus nuevas habilidades y te encontrarás rápidamente obteniendo asombrosos resultados.

¿Quién puede usar este libro?

Empresarios, Gerentes, Abogados, Vendedores, Maestros, Negociadores, Publicistas, y cualquier persona que use lenguaje para persuadir a diario. Gente de todas partes del mundo ha empleado estas Fórmulas de Persuasión Instantánea en los negocios, las relaciones personales, marketing, ventas, gerencia, educación, política, terapia, deportes, etc. Ahora y por primera vez, han sido compiladas en un solo libro y explicadas paso a paso.

¿Cuál es la inversión?

Puedes obtener **PERSUASIÓN INSTANTÁNEA** por sólo US$ 97 (97 EUROS.) Y por supuesto, como todos mis productos, este libro viene respaldado por una...

Garantía de Satisfacción Total.

Si piensas que este Libro no vale por lo menos **100 veces** lo que has pagado por él, tienes 90 días para enviarme un e-mail a mailto:devolver@icime.com diciendo que quieres la devolución total de tu dinero. Obtendrás el reembolso inmediato de tus US$ 97. Sin preguntas. Sin problemas.

Esto significa que puedes poner a prueba **PERSUASIÓN INSTANTÁNEA** bajo mi propio riesgo, mientras decides si funciona para ti o no. Y si no produce los resultados esperados, honestamente quiero que me pidas que te devuelva el dinero.

No hay absolutamente riesgo alguno de tu parte. El peso de cumplir con lo prometido recae sobre mis hombros. Si no obtienes ganancias inmediatas usando estas Fórmulas de Persuasión Instantánea entonces yo saldré perdiendo, no tú.

Pero estoy seguro que el dinero que ganarás como resultado de usar este recurso, te reembolsará cientos (probablemente miles) de veces tu modesta inversión.

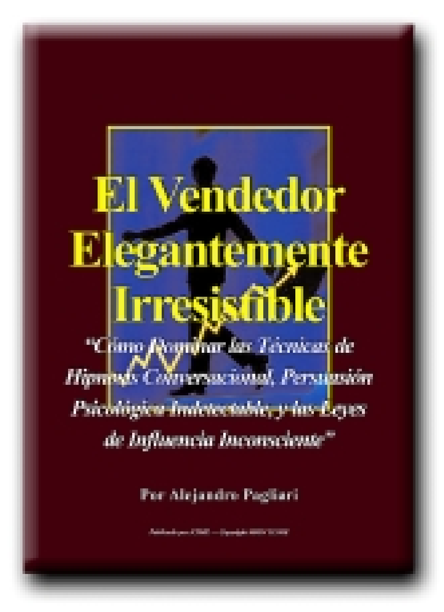
Cómo ordenar tu copia...

Para obtener el libro solamente haz clic en el siguiente enlace:

http://alejandropagliari.com/catalogo/product_info.php?products_id=48

Y recuerda, si no estás 100% convencido de que **PERSUASIÓN INSTANTÁNEA: Cómo Ganar Discusiones, Resolver Objeciones y Lograr lo que Tú Quieres sin que tus Oponentes se den Cuenta** te ayudará a cerrar más ventas, ganar cualquier discusión, superar toda objeción, y persuadir a cualquiera; simplemente dínoslo y obtendrás la devolución de tu dinero pronta y cortésmente.

El Vendedor Elegantemente Irresistible



El Vendedor Elegantemente Irresistible: ***"Cómo Dominar las Técnicas de Hipnosis Conversacional, Persuasión Psicológica Indetectable, y las Leyes de Influencia Inconsciente"*** es una Guía Completa acerca del apasionante y rápidamente creciente campo de la influencia moderna, y su aplicación a las ventas. Al leer este libro, aprenderás las técnicas específicas que le permitieron a miles de otras personas **aumentar su poder de influencia — y sus ingresos**. De esta forma, *tú también podrás tener la mismas ventajas* que han hecho que muchos otros vendedores y empresarios, sean más exitosos de lo que alguna vez soñaron posible.

Estos métodos están basados en la observación e investigación de luminarias de la venta en más de 100 países, esos 'vendedores natos' incapaces de describir conscientemente cómo ejecutan su magia de ventas. Después de estudiarlos en acción, revisar filmaciones de los mismos, y probar sus técnicas en diversas industrias, se ha documentado que varias empresas han logrado un aumento en sus ventas desde tan poco como un 17% hasta tanto como un 232% en un año. Estas empresas cubren un impresionante rango de productos y servicios: desde productos de alta tecnología, hasta los más mundanos — desde un alto volumen de ventas de productos módicos, hasta transacciones individuales de seis y siete cifras.

Y por extraño que parezca, los vendedores que han aprendido estas técnicas, dicen que estos métodos son *más sencillos de aprender y utilizar* que los de un curso de ventas básico. Y que son a la vez mucho más **avanzados** y **efectivos** que los métodos corrientes.

Las técnicas son tan sutiles, tan naturales, y tan amigables, que poca gente reconoce conscientemente sus poderes magnéticamente hipnóticos. Nadie tiene ninguna razón para cuestionarlas... o resistirlas.

Pero la pregunta fundamental es, *"¿Es este libro para ti?"*

Es para ti si quieres influenciar prospectos, clientes, subordinados, superiores, o iguales. Es para ti si quieres aprender y aplicar lo que los más grandes comunicadores, vendedores, líderes, y ejecutivos hacen de forma natural — y nunca antes pudieron explicar. Es para ti si quieres tener ese **Factor X** que tienen todas las personalidades carismáticas. Es

para ti si estás interesado en los métodos más avanzados de persuasión del siglo XXI.

Las técnicas descritas en **El Vendedor Elegantemente Irresistible** están trayendo éxito a organizaciones e individuos por igual. Y funcionarán para todos los que estén dispuestos a ponerlas en práctica.

Y aquí está un breve resumen de lo que descubrirás en El Vendedor Elegantemente Irresistible...

- Los 9 Instrumentos Fundamentales de Influencia Inexorable;
- **La Ciencia de la Persuasión —** entiende las razones *emocionales* y *lógicas* por las que la gente compra;
- **La guía de 10 pasos para lograr una venta exitosa** — desde la preparación, al cierre;
- Las claves que revelan los secretos de cómo vender más, en menos tiempo, y con mucho menos esfuerzo;
- Levantando el velo que encubre las técnicas celosamente guardadas por los vendedores "naturalmente" persuasivos;
- **Los errores aparentemente insignificantes que tú y tus vendedores están cometiendo día a día que — de no ser corregidos — borrarán a tu empresa del mapa**;
- *Entendiendo la estrategia de compra individual de cada persona* — "cómo entrar dentro de la cabeza de tu cliente" y venderle de la forma que él quiere comprar;
- **Persuadiendo con seguridad usando "Repetición Instantánea;"**
- *Cómo acceder y mantener tus estados de máximo rendimiento* — siéntete mejor, más brillante, y más feroz al vender;
- **Cómo usar el teléfono de forma eficaz** — para contactar prospectos que tienen el dinero para comprar tus productos/servicios;
- **Caso de Estudio** de cómo ciertos vendedores logran que la secretaria "guardiana" les permita hablar con su jefe;
- **Aprende cómo crear una relación sólida e instantánea con todos tus prospectos — en cualquier momento y en cualquier lugar**;
- **Cómo crear interés rápidamente** — frente a frente o en el teléfono;
- Cómo usar el *factor sorpresa* para abrir una mente cerrada;
- 7 formas de atrapar la atención de tus prospectos de forma poderosa;
- Cómo usar el tipo de halago correcto para romper el hielo y enganchar al prospecto en una conversación productiva;
- **Cómo hacer que tus clientes desarrollen un avidez incontrolable de comprar**;
- Usando **Unidades de Interés** para mantener a tus prospectos *expectantes*, y *hambrientos* de escuchar cada una de tus palabras;

- 5 formas de proveer evidencia inmediata, incuestionable, y convincente sobre cómo tu producto o servicio los beneficiará;
- **Las preguntas mágicas que califican rápidamente al prospecto de forma simple y sutil**;
- Cómo magnificar el impacto de los problemas que afectan al prospecto, para crear un deseo ardiente e incontrolable acerca de las soluciones que tu producto/servicio les proveerá;
- Ensamblando las *necesidades, deseos,* y *criterios* de tu cliente en una presentación absolutamente fascinante;
- Técnicas de hipnosis conversacional para derretir la resistencia de tus clientes como nieve al sol;
- Cómo lograr un clima de acuerdo haciendo que sea fácil decir "Sí" una y otra vez;
- **El sistema de 9 pasos para manejar las objeciones más complejas y convertirlas en razones para comprar;**
- Cómo usar "judo mental" para reenfocar la mente de tu escucha, redirigir sus opiniones y objeciones, y convertirlas en compromisos de compra;
- La utilidad inapreciable de las **Pruebas de Cierre** — por qué nunca más tendrás que sufrir rechazo y pedirle al cliente que compre cuando aprendas esta simple técnica;
- *Creando urgencia para cerrar la venta* — estrategias para que el prospecto se comprometa a comprar;
- Cómo desarrollar el negocio mediante referencias y recomendados; y,
- **Los 7 pasos para aprender y dominar cualquier habilidad**.

Y por supuesto, cada capítulo está ilustrado con docenas y docenas de ejemplos y *Casos de Estudio de la Vida Real*.

Garantía incondicional...

Si piensas que este libro no vale por lo menos **100 veces** lo que has pagado por él, tienes 90 días para enviarme un e-mail a mailto:devolver@icime.com diciendo que quieres la devolución total de tu dinero. Obtendrás el reembolso inmediato de tus US$ 47. Sin preguntas. Sin problemas.

Este es sin lugar a dudas el libro más revolucionario que he escrito hasta la fecha. La información revelada tiene el potencial de cambiar tu vida de la misma forma que la ha cambiado para tantos otros. Pero ni siquiera tienes por qué tener fe en lo que te digo, como he dicho, *compruébalo por ti mismo*. Comienza a leer el libro, y aplica tus nuevas habilidades día a día durante 90 días. Si al cabo de este período no has logrado tus metas (o las has superado) entonces pide la devolución completa de tu dinero — y eso es exactamente lo que obtendrás. Punto.

Cómo ordenar tu copia...

Para obtener el libro solamente haz clic en el siguiente enlace:

http://alejandropagliari.com/catalogo/product_info.php?products_id=51